

DASAR-DASAR ILMU KOMUNIKASI

**Dede Mercy Rolando
Hayu Lusianawati
Niscaya Hia
Supriadi
Silvia AR
Desy Misnawati
Muhammad Annas
Juariyah
Fathimah Nadia Qurrota A'yun
Adi Muhammad Ramadhan
I Made Widiantera**



GET PRESS INDONESIA

DASAR-DASAR ILMU KOMUNIKASI

Penulis :

Dede Mercy Rolando
Hayu Lusianawati
Niscaya Hia
Supriadi
Silvia AR
Desy Misnawati
Muhammad Annas
Juariyah
Fathimah Nadia Qurrota A'yun
Adi Muhammad Ramadhan
I Made Widiantera

ISBN :

Editor : Diana Purnama Sari., S.E., M.E

Penyunting : Ari Yanto., M.Pd

Desain Sampul dan Tata Letak : Atyka Trianisa, S.Pd

Penerbit : GET PRESS INDONESIA

Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022

Redaksi :

Jln. Palarik Air Pacah No 26 Kel. Air Pacah
Kec. Koto Tangah Kota Padang Sumatera Barat
Website : www.getpress.co.id
Email : adm.getpress@gmail.com

Cetakan pertama, Juli 2024

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT dalam segala kesempatan. Sholawat beriring salam dan doa kita sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah atas Rahmat dan Karunia-Nya penulis telah menyelesaikan Buku Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi ini.

Buku Ini Membahas Definisi Dan Karakteristik Komunikasi, Serta Hubungan Komunikasi Dengan Kehidupan Manusia, Sejarah Komunikasi Manusia Dan Sejarah Perkembangan Ilmu Komunikasi, Prinsip Dasar Dan Tingkatan Proses Komunikasi, Pengertian Dan Model Dasar Komunikasi, Fungsi Dan Pengaruh Model Komunikasi, Teori Komunikasi, Bahasa Dan Makna Dalam Komunikasi, Batasan, Fungsi Dan Jenis Komunikasi Nonverbal, Definisi, Tujuan Dan Efektivitas Komunikasi Pribadi, Proses Dan Dampak Komunikasi Massa, Komunikasi Antarbudaya Serta Pemakaiannya, Karakteristik, Bentuk Dan Teknik Penyajian Pesan Dalam Komunikasi Yang Efektif.

Proses penulisan buku ini berhasil diselesaikan atas kerjasama tim penulis. Demi kualitas yang lebih baik dan kepuasan para pembaca, saran dan masukan yang membangun dari pembaca sangat kami harapkan.

Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dalam penyelesaian buku ini. Terutama pihak yang telah membantu terbitnya buku ini dan telah mempercayakan mendorong, dan menginisiasi terbitnya buku ini. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi masyarakat Indonesia.

Padang, Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB 1 DEFINISI DAN KARAKTERISTIK KOMUNIKASI, SERTA HUBUNGAN KOMUNIKASI DENGAN KEHIDUPAN MANUSIA.....	1
1.1 Komunikasi	1
1.1.1 Komunikasi : Antara Praktik dan Ilmu	1
1.1.2 Prinsip Menghindari Paradoks Komunikasi	5
1.1.3 Komunikasi Menurut Para Ahli	8
1.3 Karakteristik Komunikasi	11
DAFTAR PUSTAKA.....	12
BAB 2 SEJARAH KOMUNIKASI DAN SEJARAH PERKEMBANGAN ILMU KOMUNIKASI.....	13
2.1 Pendahuluan.....	13
2.2 Perkembangan Ilmu Komunikasi di Dunia	14
2.2.1 Masa Tradisi Retorika	14
2.2.2 Masa Pertumbuhan dari Tahun 1900 – Perang Dunia II.....	16
2.2.3 Masa Konsolidasi yaitu Perang Dunia ke-2 sampai 1960-an	17
2.2.3 Masa Teknologi Komunikasi	17
2.3 Perkembangan Ilmu Komunikasi di Indonesia	18
2.4 Perkembangan Teknologi Komunikasi	20
DAFTAR PUSTAKA.....	24
BAB 3 PRINSIP DASAR DAN TINGKATAN PROSES KOMUNIKASI.....	25
3.1 Pendahuluan.....	25
3.2 Prinsip Dasar Komunikasi.....	26
3.3 Tingkatan Proses Komunikasi“	29
3.4 Tujuan, Fungsi, dan Tahap Proses Komunikasi“	31
DAFTAR PUSTAKA.....	34
BAB 4 PENGERTIAN DAN MODEL DASAR KOMUNIKASI.....	35
4.1 Pendahuluan.....	35

4.2 Pengertian Komunikasi.....	37
4.3 Konseptualisasi Komunikasi	43
4.4 Beberapa Model Dasar Komunikasi	51
DAFTAR PUSTAKA.....	53
BAB 5 FUNGSI DAN PENGARUH MODEL	
KOMUNIKASI	55
5.1 Pendahuluan.....	55
5.2 Fungsi Model Komunikasi	56
5.3 Model-Model Komunikasi	58
5.3.1 Model S-R (Model Komunikasi Linear)	58
5.3.2 Model Aristoteles	59
5.3.3 Model Lasswell	60
5.3.4 Model Shannon dan Weaver.....	61
5.3.5 Model Wilbur Schramm	62
5.3.6 Model Newcomb.....	63
5.3.7 Model Berlo	64
DAFTAR PUSTAKA.....	67
BAB 6 TEORI KOMUNIKASI, BAHASA DAN	
MAKNA DALAM KOMUNIKASI	69
6.1 Pendahuluan.....	69
6.1.1 Latar Belakang	69
6.1.2 Peran Bahasa dalam Komunikasi	71
6.1.3 Tujuan dan Ruang Lingkup	72
6.2 Peran Bahasa dalam Komunikasi	77
6.2.1 Konsep Makna dalam Komunikasi.....	78
6.2.2 Dasar Komunikasi dan Peran Bahasa dalam Komunikasi	79
6.3 Model-Model Komunikasi	81
6.4 Peran Bahasa dalam Komunikasi	85
6.4.1 Definisi Bahasa.....	85
6.5 Makna dalam Komunikasi	92
DAFTAR PUSTAKA.....	95
BAB 7 BATASAN, JENIS DAN FUNGSI	
KOMUNIKASI NON VERBAL	97
7.1 Pendahuluan.....	97
7.2 Spontanitas Nonverbal	99
7.3 Kesadaran Pelaku	102

7.4 Universalitas Non Verbal.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....	108
BAB 8 DEFINISI TUJUAN DAN EFEKTIVITAS	
KOMUNIKASI PRIBADI	111
8.1 Definisi Komunikasi Pribadi.....	111
8.1.1. Komunikasi intrapribadi.....	111
8.1.2 Komunikasi Antarpribadi	113
8.1.3 Kesadaran Pengungkapan Diri	116
8.1.4 Syarat Kelancaran Proses Komunikasi	
Antarpribadi	117
8.2 Tujuan Komunikasi Pribadi.....	120
8.3 Efektifitas Komunikasi Pribadi.....	124
8.3.1 Perspektif <i>Humanistik</i> meliputi:	124
8.3.2 Perspektif <i>Pragmatis</i> meliputi:.....	124
DAFTAR PUSTAKA.....	127
BAB 9 PROSES DAN DAMPAK KOMUNIKASI MASSA...	129
9.1 Pendahuluan.....	129
9.2 Definisi dan Konsep Dasar Komunikasi Massa	130
9.2.1 Ciri-ciri Komunikasi Massa.....	131
9.3 Teori Komunikasi Massa.....	131
9.4 Proses Komunikasi Massa	134
9.5 Media Massa Tradisional Vs Media Massa Digital .	135
9.6 Peran Media dalam Masyarakat.....	136
9.6.1 Isu-isu Etika dan Regulasi dalam Komunikasi	
Massa.....	137
9.7 Dampak Sosial dan Budaya Media Massa.....	138
DAFTAR PUSTAKA.....	140
BAB 10 KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA SERTA	
PEMAKAIANNYA	143
10.1 Pendahuluan	143
10.2 Definisi Komunikasi Antar Budaya	144
10.3 Faktor Terjadinya Komunikasi Antar Budaya	145
10.4 Etika Dalam Komunikasi Antar Budaya	146
10.5 Prinsip Komunikasi Antar Budaya	147
10.6 Hambatan Dalam Komunikasi Antar Budaya.....	148
10.7 Pemakaian Komunikasi Antar Budaya	149
DAFTAR PUSTAKA.....	152

BAB 11 KARAKTERISTIK, BENTUK DAN TEKNIK PENYAJIAN PESAN DALAM KOMUNIKASI YANG EFEKTIF.....	153
11.1 Pendahuluan	153
11.2 Karakteristik Pesan Yang Efektif.....	154
11.2.1 Kejelasan Dan Kesederhanaan.....	154
11.2.2 Relevansi Dengan Penerima	155
11.2.3 Kekuatan persuasif.....	155
11.2.4 Ketepatan Waktu.....	155
11.2.5 Konsistensi.....	155
11.3 Bentuk-Bentuk Penyampaian Pesan	156
11.3.1 Pesan Verbal (Lisan dan Tulisan)	156
11.3.2 Pesan Nonverbal (Bahasa Tubuh, Ekspresi Wajah, Nada Suara).....	156
11.3.3 Pesan Visual (Gambar, Grafik, Video)	157
11.4 Teknik Penyajian Pesan Yang Efektif	158
11.4.1 Pengorganisasian Pesan Yang Logis Dan Terstruktur	158
11.4.2 Penggunaan Alat Bantu Visual Untuk Memperkuat Pesan.....	158
11.4.3 Penyesuaian Gaya Komunikasi Dengan Audiens	159
11.4.4 Penggunaan Contoh Dan Analogi Untuk Memperjelas Pesan	159
11.4.5 Melibatkan Audiens Melalui Pertanyaan Atau Ajakan Partisipasi.....	160
11.5 Pentingnya Memahami Audiens.....	160
11.5.1 Menganalisis Karakteristik, Kebutuhan, Dan Preferensi Audiens	160
11.5.2 Menyesuaikan Pesan Dan Gaya Komunikasi Dengan Audiens.....	161
11.6 Teknik Persuasi Dalam Penyampaian Pesan.....	162
11.6.1 Menggunakan Bukti Dan Data Pendukung....	162
11.6.2 Memanfaatkan Daya Tarik Emosional	163
11.6.3 Menggunakan Testimoni Atau <i>Endorsement</i>	163
11.6.4 Menyajikan Manfaat Dan Keuntungan Bagi Audiens	163

11.7 Hambatan Dalam Komunikasi Efektif Dan Cara Mengatasinya	164
11.7.1 Gangguan Fisik (Kebisingan dan Jarak)	164
11.7.2 Perbedaan Persepsi Dan Interpretasi	164
11.7.3 Hambatan Bahasa Dan Budaya	164
11.7.4 Teknik Untuk Mengatasi Hambatan Komunikasi.....	165
11.8 Evaluasi Efektivitas Komunikasi.....	165
11.8.1 Mengukur Pemahaman Dan Respon Audiens	165
11.8.2 Mengumpulkan Umpan Balik.....	166
11.8.3 Melakukan Penyesuaian Dan Perbaikan Berdasarkan Evaluasi.....	166
DAFTAR PUSTAKA.....	168
BIODATA PENULIS	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Tingkatan Proses Komunikasi	31
Gambar 5.1. Model Stimulus-Respon.....	59
Gambar 5.2. Model Aristoteles	60
Gambar 5.3. Model Lasswell.....	61
Gambar 5.4. Model Berlo	66
Gambar 6.1. Proses Komunikasi Ssatu Arah	76
Gambar 11.1. Penyampaian pesan nonverbal.....	157
Gambar 11.2. Penyajian pesan dengan alat bantu visual	159
Gambar 11.3. Teknik Persuasi Penyampaian Pesan.....	162

BAB 1

DEFINISI DAN KARAKTERISTIK KOMUNIKASI, SERTA HUBUNGAN KOMUNIKASI DENGAN KEHIDUPAN MANUSIA

Oleh Dede Mercy Rolando

1.1 Komunikasi

1.1.1 Komunikasi : Antara Praktik dan Ilmu

Dalam kehidupan sehari-hari, banyak orang yang menganggap bahwa komunikasi adalah sesuatu yang sederhana, karena sejak zaman purba manusia telah melakukannya untuk berbagai keperluan. Komunikasi seringkali hanya dilihat sebagai proses penyampaian pesan dari satu orang ke orang lain. Akibatnya, dalam rapat-rapat kita sering menemukan individu yang berusaha keras untuk mendominasi percakapan. Bahkan, tidak jarang mereka menyela pembicaraan orang lain demi mencapai ambisi mereka tersebut.

Sebenarnya, belum tentu apa yang disampaikan dipahami oleh penerima dengan tepat seperti yang dimaksudkan oleh pengirim, belum tentu mendapat respons yang positif, dan belum tentu juga mendapat reaksi yang baik. Namun, kemungkinan-kemungkinan ini sering kali tidak disadari oleh pengirim pesan, karena tidak ada proses evaluasi efektivitas komunikasi yang dilakukan. Jika pelaku komunikasi bersedia sedikit keluar dari ruang pikirannya yang kosong dan mempelajari "ilmu" yang berkaitan dengan komunikasi, hasil komunikasinya bisa sangat berbeda.

Komunikasi adalah proses fundamental dalam kehidupan manusia yang memungkinkan individu untuk berbagi informasi, ide, dan emosi. Sejak zaman purba, komunikasi telah menjadi alat vital bagi manusia untuk bertahan hidup, beradaptasi, dan

berkembang. Tanpa komunikasi, koordinasi dalam kelompok, pengajaran pengetahuan, dan penyampaian budaya tidak akan mungkin terjadi. Melalui komunikasi, kita dapat membangun hubungan, menghindari konflik, dan mencapai kesepakatan. Dalam dunia profesional, komunikasi yang efektif adalah kunci sukses dalam berbagai bidang seperti bisnis, pendidikan, kesehatan, dan pemerintahan. Komunikasi yang buruk, sebaliknya, dapat menyebabkan kesalahpahaman, ketidakpercayaan, dan bahkan kegagalan dalam mencapai tujuan.

Dalam konteks modern, komunikasi telah berkembang jauh melampaui kebutuhan dasar dan melibatkan berbagai bentuk dan media. Dari percakapan tatap muka hingga pesan teks, dari pidato publik hingga siaran televisi, dan dari surat kabar hingga media sosial, komunikasi mencakup segala cara di mana kita mengekspresikan diri dan memahami orang lain.

Komunikasi antara praktik dan ilmu beda maknanya. Sebagai praktik, komunikasi digunakan untuk menyampaikan dan menerima pesan, dan hal ini sering dianggap sebagai fakta yang tak terbantahkan. Namun, secara ilmiah, banyak ahli telah menulis tentang prinsip-prinsip komunikasi yang dapat digunakan untuk mendiagnosis fakta-fakta tersembunyi di balik realitas yang tampak. Jika seorang peneliti bertanya kepada peserta komunikasi, *"Apakah Anda memahami apa yang disampaikan oleh si A?"*, kemungkinan besar jawabannya adalah *"tidak paham"*. Ketika ditanya mengapa mereka diam saja jika tidak memahami, jawabannya mungkin *"karena takut menyinggung pengirim pesan"*. Lebih lanjut, alasan ketidakpahaman ini bisa sangat bervariasi: aspek sosiologis (seperti suasana yang sangat bising), aspek psikologis (seperti suasana yang mencekam atau pesan disampaikan dengan nada mengancam), gangguan teknis (seperti mikrofon yang sering tidak berfungsi), atau perbedaan budaya (seperti penggunaan istilah-istilah yang tidak dipahami oleh budaya setempat), dan lain sebagainya.

Kita sering mengalami kekacauan karena komunikasi, baik itu disengaja maupun tidak. Namun, sering kali kesalahan

tersebut dianggap sebagai kebetulan belaka atau bahkan dianggap sebagai sedang sial. Jika kita meluangkan waktu untuk merenungkan kejadian tersebut, sebenarnya kita telah membangun pemahaman tentang kata-kata dan tindakan kita. Dari situ, kita dapat mengevaluasi efek kata-kata atau tindakan kita yang mungkin membuat orang lain tersinggung, salah menafsirkan, atau bahkan menciptakan sikap permusuhan. Dengan cara ini, kita dapat memperbaiki cara kita berkomunikasi agar lebih efektif.

Namun, sebagian orang berpendapat bahwa cara berbicara dan intonasi dalam menyampaikan sesuatu adalah karakteristik bawaan yang sudah ada sejak lahir atau merupakan hasil dari faktor genetik yang diturunkan dari orang tua. Contohnya, beberapa orang mungkin membela diri dengan mengatakan, *"Itu memang sifatku. Sudah seperti itu dari lahir. Ayah dan ibuku juga sama. Kalau bicara keras dan suaraku tinggi, itu bukan marah, itu memang cara bicaraku!"*

Orang sering lupa bahwa pola komunikasi yang cenderung meledak-ledak sebenarnya hasil dari proses belajar. Seorang anak bisa meniru pola komunikasi orang tuanya yang cenderung mengekspresikan emosi dengan intensitas tinggi sehari-hari. Manusia, selain mewarisi sifat-sifat genetik, juga belajar dan mengadaptasi dari lingkungannya sekitar.

Dengan kata lain, ada dua jenis praktik komunikasi: pertama, praktik komunikasi dalam interaksi sosial sehari-hari individu, dan kedua, praktik komunikasi terkait dengan pekerjaan di bidang komunikasi itu sendiri. Baik dalam konteks interaksi sosial maupun profesional, komunikasi membutuhkan kompetensi tertentu. Secara teknis, seseorang harus mampu menyampaikan pesan dengan jelas dan dapat dipahami oleh penerima. Cara seseorang berbicara merupakan bagian dari karakteristiknya yang berkembang seiring dengan pengalaman hidupnya. Semakin sering individu berinteraksi dengan orang lain yang beragam, semakin kaya pula pengalamannya. Hal ini memungkinkan individu tersebut untuk mengembangkan berbagai cara dalam menyampaikan pesan, yang disesuaikan

dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan, jenis kelamin, dan faktor lainnya.

Pengalaman berkomunikasi yang beragam akan memperkaya kemampuan seseorang dalam berkomunikasi. Sebaliknya, kurangnya pengalaman akan membatasi variasi cara berkomunikasi. Selain dari pengalaman langsung, cara lain untuk meningkatkan kualitas komunikasi adalah dengan belajar dari sumber-sumber tertulis. Seseorang dapat memperoleh inspirasi dan panduan tentang berbagai teknik dan strategi komunikasi dari buku-buku dan referensi lainnya.

Di lapangan komunikasi, seseorang membutuhkan dua hal penting untuk mencapai proses komunikasi yang efektif: mengubah dan beradaptasi. Ketika seseorang sering mengalami kegagalan dalam komunikasi, kemungkinan besar ia gagal dalam melakukan adaptasi, yaitu tidak mampu menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi yang sedang terjadi saat itu.

Contoh yang bisa kita ambil pelajaran dari binatang Bunglon adalah kemampuannya dalam beradaptasi. Bunglon sering kali dikritik karena sifatnya yang tidak konsisten, namun kita bisa belajar dari kemampuan pigmen warna kulitnya yang dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Saat berada di atas daun, Bunglon akan berubah warna menjadi hijau; di batang, menjadi coklat; dan di bebatuan, menjadi legam. Dengan cara ini, Bunglon bisa 'menyatu' dengan lingkungannya sehingga lingkungan sekitar menerima keberadaannya dengan mudah. Ketika berada di lingkungan yang berpotensi menjadi musuhnya, Bunglon pintar menyamarkan diri agar mirip dengan musuhnya, sehingga ia dapat memahami perilaku musuhnya dengan lebih baik.

Kemampuan beradaptasi dengan lingkungan sekitar adalah salah satu karakteristik utama dari seorang komunikator yang sejati. Sebaliknya, kemampuan untuk beradaptasi juga merupakan ciri khas dari seorang penerima pesan yang baik. Ini menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif melibatkan kemampuan untuk mengubah dan beradaptasi sesuai dengan keadaan yang ada, mirip dengan strategi yang dimiliki oleh Bunglon dalam mempertahankan dirinya di lingkungannya.

Dalam komunikasi, terkadang diperlukan perubahan-perubahan tertentu seperti intonasi, pilihan kata, penggunaan bahasa, dan juga media yang digunakan. Misalnya, jika sebelumnya komunikasi terasa serius, langsung pada tujuan (tidak menghabiskan waktu dengan basa-basi), dan terkesan keras, ada saatnya untuk mengubah pendekatan dengan humor yang sehat. Seseorang yang biasanya serius, ketika mengeluarkan kata-kata lucu, sering kali dapat memicu tawa yang besar karena kejutan dari kombinasi kelucuan dan kejutan bahwa orang serius bisa mengeluarkan sesuatu yang lucu. Dalam beberapa kasus, perubahan ini bisa menjadi adaptasi total tergantung pada konteks dan situasi komunikasi yang dihadapi.

1.1.2 Prinsip Menghindari Paradoks Komunikasi

Pada bagian sebelumnya telah dijelaskan tentang paradoks komunikasi. Di satu sisi, komunikasi merupakan fungsi yang konstruktif dalam mencapai tujuan interaksi manusia. Namun, tak jarang komunikasi justru menjadi penyebab terjadinya kondisi yang merusak interaksi itu sendiri. Berikut adalah beberapa prinsip untuk menghindari paradoks komunikasi:

1. *Berbicara secukupnya.* Banyak orang keliru berpikir bahwa semakin banyak berbicara, semakin banyak yang bisa dipahami. Namun, kenyataannya, manusia memiliki keterbatasan dalam mengelola stimulus di dalam pikiran mereka, yang juga dikenal sebagai ranah kognitif. Otak manusia, sebagai contoh, hanya mampu menyerap informasi dengan baik dalam 20 menit pertama. Setelah itu, kemampuan otak untuk menyerap informasi akan menurun. Karena itu, seorang pembicara yang baik akan menggunakan variasi dalam menyampaikan pesan. Dengan menggabungkan cara-cara seperti humor atau penggunaan alat bantu visual, pembicara dapat mengurangi ketegangan yang mungkin muncul. Ini karena variasi dalam penyampaian pesan dapat membantu mencairkan suasana. Ini juga alasan mengapa teknik untuk mencairkan suasana

sering disebut sebagai "*ice breaking*". Selain itu, memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengajukan pertanyaan dan berinteraksi aktif dapat menjadi variasi lain yang dapat mengalihkan perhatian mereka. Oleh karena itu, pendekatan interaktif sering dianggap lebih efektif daripada pendekatan satu arah dalam menjaga perhatian dan memastikan pemahaman yang baik dalam komunikasi.

2. *Bicaralah yang jujur*. Kejujuran dalam berkomunikasi adalah prinsip yang mendasar dan esensial untuk membangun hubungan yang sehat, produktif, dan bermakna dalam berbagai aspek kehidupan. Berikut beberapa alasan mengapa kejujuran dalam berkomunikasi sangat penting dalam membangun kepercayaan, meminimalisir kesalahpahaman, membangun integritas pribadi, memperkuat kredibilitas, mendukung kesehatan hubungan hingga mendorong pertumbuhan pribadi dan profesional.
3. *Berfikirlah sebelum bicara*. berfikir sebelum berbicara merupakan praktek yang mendukung komunikasi yang lebih efektif, jujur, dan penuh penghargaan. Hal ini membantu individu untuk menghindari kesalahan yang tidak perlu, menyampaikan pesan dengan lebih efektif, dan menjaga hubungan yang sehat dengan orang lain.
4. *Konsistensi dalam Pesan*. Pastikan pesan yang disampaikan konsisten dan tidak bertentangan dengan informasi sebelumnya atau dengan pesan yang disampaikan oleh orang lain dalam konteks yang sama.
5. *Klarifikasi dan Konfirmasi*. Jika ada ketidakjelasan atau kemungkinan interpretasi yang salah, penting untuk melakukan klarifikasi dan meminta konfirmasi agar semua pihak memahami pesan dengan benar.
6. *Transparansi dan Keterbukaan*. Hindari menyembunyikan informasi yang relevan atau menghindari kejujuran dalam komunikasi. Transparansi membantu membangun kepercayaan dan meminimalisir potensi paradoks.
7. *Responsif dan Adaptif*. Berkomunikasi secara responsif terhadap perubahan situasi atau perubahan dalam

- pemahaman penerima pesan. Kehadiran dalam dialog dan adaptasi terhadap perubahan membantu menghindari paradoks yang timbul dari ketidaksesuaian antara pesan dan konteksnya.
8. *Empati dan Penghargaan*. Memiliki kesadaran terhadap perspektif dan perasaan orang lain dalam komunikasi membantu menghindari paradoks yang timbul dari kesalahpahaman atau kurangnya penghargaan terhadap sudut pandang orang lain.
 9. *Konsentrasi pada Solusi*. Fokus pada penyelesaian masalah atau mencapai tujuan bersama daripada memperdebatkan atau menunjukkan konflik yang tidak produktif. Hal ini membantu mengurangi paradoks komunikasi yang mungkin timbul dari ketegangan interpersonal.
 10. *Refleksi dan Pembelajaran*. Secara teratur melakukan refleksi terhadap pengalaman komunikasi dan menggunakan kesempatan ini untuk belajar dari kesalahan atau situasi paradoks yang terjadi. Pembelajaran ini membantu meningkatkan kemampuan untuk menghindari paradoks komunikasi di masa depan.

Prinsip-prinsip ini membantu individu dan kelompok untuk mengelola dan meminimalkan paradoks komunikasi, memastikan bahwa komunikasi berjalan secara efektif, jelas, dan bermakna dalam berbagai konteks.

Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi seringkumsg dianggap sebagai sesuatu yang mudah dan alami. Namun, kenyataannya, komunikasi yang efektif memerlukan keterampilan dan kesadaran. Misalnya, dalam situasi rapat, beberapa individu mungkin berusaha mendominasi percakapan atau menyela orang lain untuk memaksakan pendapat mereka. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun komunikasi adalah proses yang alami, mencapai komunikasi yang efektif memerlukan pemahaman tentang dinamika interpersonal dan etika komunikasi.

1.1.3 Komunikasi Menurut Para Ahli

Komunikasi adalah kegiatan mendasar bagi manusia. Melalui komunikasi, manusia dapat terhubung satu sama lain dalam berbagai konteks kehidupan sehari-hari, baik di rumah, tempat kerja, pasar, dalam masyarakat, atau di tempat lainnya. Tidak ada individu manusia yang dapat menghindari keterlibatan dalam komunikasi. Komunikasi memiliki peran yang sangat vital dalam kehidupan manusia. Pertumbuhan pengetahuan manusia terus berkembang seiring dengan proses komunikasi. Selain itu, komunikasi juga membentuk sistem sosial di mana manusia saling membutuhkan satu sama lain. Oleh karena itu, komunikasi dan masyarakat merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain.

Dari segi etimologi dan terminologi, pengertian komunikasi dapat dilihat dari asal-usul bahasa dan istilahnya. Menurut Roudhonah dalam buku ilmu komunikasi, ada beberapa kata kunci, seperti "*communicare*" yang artinya berpartisipasi atau memberitahukan, serta "*Communis opinio*" yang merujuk pada pendapat umum (Roudhonah, 2007). Raymond S. Ross yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam buku "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar" menyatakan bahwa "*Komunikasi*" atau "*Communication*" dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin "*Communis*" yang berarti membuat sama (Deddy Mulyana, 2007). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dengan tujuan untuk menyatukan persepsi atau pemahaman antara pengirim pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikan).

Secara terminologi, banyak ahli, termasuk Hovland, Janis, dan Kelley sebagaimana dikutip oleh Forsdale, mendefinisikan komunikasi sebagai proses dimana individu mengirimkan stimulus, yang sering kali berbentuk verbal, dengan tujuan untuk mengubah perilaku orang lain (Arni Muhmmad, 2014). Menurut Laswell, komunikasi dapat dianggap sebagai respons terhadap pertanyaan mengenai siapa yang mengatakan apa dalam media apa kepada siapa, dan dengan efek apa pesan tersebut disampaikan. John B. Hoben mengasumsikan bahwa

komunikasi itu (harus) berhasil “Komunikasi adalah pertukaran verbal pikiran atau gagasan” (Deddy Mulyana, 2007).

Komunikasi adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan antara satu individu atau lebih dengan tujuan untuk saling memahami dan membangun hubungan. Proses ini melibatkan pertukaran informasi, ide, emosi, atau gagasan melalui berbagai cara seperti kata-kata, simbol, gerakan tubuh, atau media lainnya. Komunikasi tidak hanya terbatas pada aspek verbal, tetapi juga mencakup komunikasi non-verbal yang melibatkan bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan intonasi suara. Tujuan dari komunikasi adalah untuk menciptakan pemahaman bersama, mempengaruhi perilaku, atau membangun hubungan yang bermakna antara individu atau kelompok.

Komunikasi adalah proses dimana informasi, ide, emosi, keterampilan, dan hal lainnya disampaikan dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan simbol seperti kata-kata, gambar, dan grafik. Proses ini melibatkan pemberian dan penyampaian pesan baik melalui ucapan maupun tulisan dengan tujuan untuk meyakinkan, memberi pengertian, atau mempengaruhi orang lain. Komunikasi adalah “proses atau tindakan menyampaikan pesan (*message*) dari pengirim (*sender*) ke penerima (*receiver*), melalui suatu medium(*channel*) yang biasa mengalami gangguan (*noise*). Dalam definisi ini, komunikasi haruslah bersifat intentional (disengaja) serta membawa perubahan (Onong Uchjana Efendy, 1988). Komunikasi memiliki beberapa komponen utama yang penting untuk dipahami dalam prosesnya:

1. Pengirim. Pengirim adalah individu atau entitas yang memulai proses komunikasi dengan menghasilkan dan mengirimkan pesan kepada penerima. Pengirim bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada penerima dengan cara yang dapat dimengerti.
2. Pesan (*Message*). Pesan adalah informasi atau konten yang ingin disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan bisa berupa kata-kata lisan, tulisan, gambar, atau simbol-simbol lain yang digunakan untuk menyampaikan ide, emosi, atau informasi lainnya.

3. Saluran Komunikasi (*Channel*). Saluran komunikasi adalah medium atau cara yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari pengirim ke penerima. Contoh saluran komunikasi meliputi percakapan langsung, surat, telepon, email, media sosial, dan lain sebagainya.
4. Penerima (*Receiver*). Penerima adalah individu atau kelompok yang menerima dan memproses pesan yang disampaikan oleh pengirim melalui saluran komunikasi. Penerima bertanggung jawab untuk memahami dan menafsirkan pesan sesuai dengan yang dimaksudkan oleh pengirim.
5. *Feedback*. *Feedback* adalah respons atau tanggapan yang diberikan oleh penerima kepada pengirim setelah menerima dan memproses pesan. *Feedback* penting untuk menilai sejauh mana pesan telah dipahami dengan benar dan untuk melanjutkan interaksi komunikasi.
6. Konteks (*Context*). Konteks komunikasi mencakup situasi atau kondisi di mana komunikasi terjadi. Konteks dapat meliputi faktor-faktor seperti waktu, tempat, budaya, latar belakang sosial, dan situasi komunikatif lainnya yang mempengaruhi cara pesan disampaikan dan diterima.
7. *Noise* (Gangguan). Gangguan atau noise adalah segala interferensi atau gangguan yang dapat mengganggu atau menghalangi proses komunikasi. Gangguan bisa berupa fisik (misalnya suara bising), psikologis (misalnya ketidakfokusan), atau semantik (misalnya perbedaan pemahaman).

Tidak ada satu ahli tunggal yang menciptakan atau menetapkan semua komponen tersebut secara eksklusif. Sebaliknya, konsep ini telah berkembang dari karya-karya banyak ahli komunikasi seperti Claude Shannon dan Warren Weaver dalam teori informasi, serta dari kontribusi berbagai teori komunikasi interpersonal dan massa yang dikembangkan oleh berbagai ahli di bidang ilmu komunikasi. Memahami komponen-komponen ini membantu dalam mengidentifikasi elemen-elemen kunci dalam setiap interaksi komunikasi serta

mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan komunikasi antara pengirim dan penerima pesan.

1.3 Karakteristik Komunikasi

Saat melihat pada definisi komunikasi sebelumnya, Anda dapat memahami bahwa komunikasi memiliki beberapa karakteristik kunci. Sasa Djuarsa Sendjaja, seorang Guru Besar Ilmu Komunikasi dari Indonesia, mengidentifikasi beberapa karakteristik utama dalam komunikasi sebagai berikut:

1. Komunikasi adalah proses yang berarti bahwa komunikasi melibatkan serangkaian kegiatan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan.
2. Komunikasi adalah upaya yang disengaja dan memiliki tujuan, yang dilakukan secara sadar oleh pihak yang terlibat dengan tujuan tertentu sesuai kepentingannya.
3. Komunikasi melibatkan partisipasi atau keterlibatan dari para peserta, yang membutuhkan kerjasama antara mereka yang terlibat dalam proses komunikasi.
4. Komunikasi bersifat simbolis, yang berarti bahwa komunikasi menggunakan simbol atau lambang tertentu. Lambang ini dapat berupa bahasa verbal (baik lisan maupun tulisan) serta lambang nonverbal seperti gestur, mimik wajah, dan ekspresi tubuh.
5. Komunikasi bersifat transaksional, yang artinya keberhasilan penyampaian pesan tergantung pada kesepakatan antara kedua belah pihak yang terlibat dalam komunikasi.
6. Komunikasi menembus ruang dan waktu, memungkinkan individu untuk berkomunikasi tanpa harus berada dalam tatap muka langsung atau waktu yang bersamaan.

Karakteristik-karakteristik ini mencerminkan sifat kompleks dan dinamis dari proses komunikasi, yang melibatkan interaksi antara berbagai elemen untuk mencapai pemahaman yang efektif antara individu atau kelompok.

DAFTAR PUSTAKA

- Djuarsa Sendjaja, Sasa. 2014. Teori Komunikasi (Edisi 3).
Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Hovland, Carl L. 2007. Definisi Komunikasi. Jakarta: PT. Raja
Grafindo Persada.
- Lasswell, Harold. 1960. The Structure and Function of
Communication in Society, Urbana: University of Illinois
Press.
- Muhmmad, Arni. 2014. Komunikasi Organisasi. Jakarta: PT.
Bumi Aksara.
- Mulyana, Deddy. 2007. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.
Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Roudhonah. 2007. Ilmu Komunikasi. Jakarta: UIN Press.
- Uchjana Efendy, Onong. 1988. Ilmu Komunikasi dan Praktek.
Bandung: Remadja Karya.

BAB 2

SEJARAH KOMUNIKASI DAN SEJARAH PERKEMBANGAN ILMU KOMUNIKASI

Oleh Hayu Lusianawati

2.1 Pendahuluan

Komunikasi merupakan salah satu ilmu yang dikaitkan dengan aktivitas retorika pada zaman Yunani kuno. Namun pada zaman Romawi kuno para pemikir barat menganggap bahwa perkembangan komunikasi pada zaman itu mengalami kegelapan dan bisa dikatakan bahwa komunikasi pada saat itu tidak mengalami perkembangan. Perkembangan komunikasi baru mulai dicatat dan ditemukannya mesin cetak oleh Gutenberg pada tahun 1457. Sehingga dalam hal ini yang menjadi masalah adalah rentang waktu antara perkembangan ilmu komunikasi yang pada awalnya dikenal sebagai aktivitas retorika pada Yunani kuno sampai pencatatan sejarah komunikasi yang ditemukan oleh pemikir tokoh barat ini yaitu pada abad 19, memiliki rentang yang sangat jauh dan terputus sekitar 1400 tahun (Safiatuddinni *et al.*, 2023).

Menurut referensi lain aktivitas retorika yang dilakukan pada zaman Yunani kuno itu dilanjutkan perkembangannya pada zaman pertengahan atau ketika masa persebaran agama. Hal ini menimbulkan asumsi yang menyatakan bahwa perkembangan komunikasi tidak pernah terputus. Yang artinya rantai sejarah perkembangan komunikasi tidak pernah hilang.

Mengingat bahwa ilmu komunikasi merupakan salah satu ilmu yang dirasa perlu dilakukan pengkajian secara terus-menerus serta perjalanan kehidupan masih berlangsung, maka perlu adanya referensi yang mencatat tentang perkembangan ilmu komunikasi secara detail baik di dunia maupun di Indonesia sebagai acuan atau dasar untuk mencari informasi dan mendapatkan pengetahuan seputar perkembangan ilmu

komunikasi (Safiatuddin *et al.*, 2023). Sehingga dalam bab kali ini akan dijelaskan tentang perkembangan komunikasi di dunia dan di Indonesia.

2.2 Perkembangan Ilmu Komunikasi di Dunia

Dimulai dari definisi komunikasi, yang mana komunikasi dipandang sebagai suatu topik yang paling sering diperbincangkan di masyarakat. Terdapat banyak sekali pengertian dari istilah komunikasi. Namun dalam hal ini komunikasi merupakan prasyarat bagi makhluk hidup untuk hidup di dunia. Dengan kata lain perkembangan komunikasi tidak terlepas dari sejarah perkembangan kehidupan makhluk hidup di dunia (Ariyanto, 2020). Mulai dari manusia diciptakan. Sayangnya dalam perkembangannya tidak semua terdapat dokumentasi dan juga bukti dari komunikasi itu berkembang.

Sebagai suatu ilmu tentu saja komunikasi memiliki proses perkembangan yang lama tetapi dalam konteks kebahasaan yang digunakan disesuaikan dengan masanya. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa perkembangan ilmu komunikasi dapat dilacak mulai dari zaman Yunani kuno yang saat itu belum mengenal ilmu komunikasi tetapi lebih mengenal istilah retorika. Diketahui lebih jelas mengenai perkembangan ilmu komunikasi di dunia dapat dilihat dari pembagian periode berikut ini (Ariyanto, 2020):

2.2.1 Masa Tradisi Retorika

Periode tradisi retorika dimulai dari zaman Yunani kuno yang pada saat itu Ilmu Komunikasi masih disebut dengan istilah retorika. Tokoh yang ada pada saat itu adalah aristoteles dengan pernyataannya bahwa seni yang dipraktekkan adalah retorika. Aristoteles juga memberikan gagasan bahwa retorika terbagi menjadi tiga unsur, yaitu Ethos yang berarti kredibilitas sumber, Panthos yang berarti hal berkaitan dengan emosi, Logos merupakan hal yang berkaitan dengan fakta (Effendy., 2017). Aristoteles juga juga memandang retorika adalah sebuah filsafat. Selanjutnya pemikiran Aristoteles ini dikembangkan oleh tokoh yang bernama Cicero dan Quintilian.

Namun ada yang menyebutkan bahwa perkembangan ilmu komunikasi tidak hanya ada atau dimulai pada zaman Yunani kuno, pada masa Mesir kuno telah ada tokoh-toko retorika yang bernama Kagemni dan Ptah-Hotep (Ngalimun, 2017), tetapi pada saat itu retorika masih belum dilakukan pengkajian yang sistem motif dan terorganisir seperti pada zaman Yunani kuno.

Selanjutnya pemikiran Aristoteles yang dikembangkan oleh Cicero dan Quintilian, berkembang menjadi 5 aturan, yang meliputi :

1. Inventio atau urutan argumentasi
2. Dispositio atau pengaturan ide
3. Eloquentia atau gaya bahasa
4. Memoria atau Ingatan
5. Pronunciatio atau cara penyampaian pesan

Kelima aturan tersebut akan memberikan pengaruh pada kemampuan seseorang dalam mempengaruhi orang lain (Ngalimun, 2017).

Pada tahun 105 M retorika mengalami perkembangan sejalan dengan perkembangan teknologi. Pada masa itu juga telah ditemukannya kertas oleh seorang bangsawan Tionghoa yang bernama Tsai Lun. Atas keberhasilannya tersebut dia naik pangkat dan mendapat gelar bangsawan menjadi cukong, serta kertas hasil temuannya tersebut menjadi rahasia negara dalam waktu yang lama. Hingga pada akhirnya kertas tersebut dijual ke luar negeri seperti Korea, Jepang dan Arab pada abad ke-7 (Ngalimun, 2017). Sementara itu negara Eropa pada abad ke-12 baru mengenal kertas. Dan perkembangannya menjadi sangat pesat Sejak ditemukannya mesin cetak pada abad 15 oleh Gutenberg. Tentu saja pada saat itu bermunculan banyak buku dengan adanya mesin cetak tersebut.

Pada abad 18 pemikiran komunikasi oleh Aristoteles, Cicero dan Quintilian menjadi dasar bagi bidang *speech communication*. Pada zaman ini retorika sudah tidak didefinisikan sebagai upaya untuk mempengaruhi seseorang

tetapi sebagai ilmu yang berkaitan dengan kemampuan manusia untuk menggunakan simbol komunikasi dengan orang lain.

2.2.2 Masa Pertumbuhan dari Tahun 1900 - Perang Dunia II

Pada masa ini terdapat tiga perkembangan penting yang dicatat sejarah mulai dari abad 19 yaitu :

1. Ditemukannya teknologi komunikasi seperti telepon, telegraf, televisi, radio dan lain-lain.
2. Terjadinya proses industrialisasi dan modernisasi yang melibatkan negara-negara serta Amerika.
3. Terjadinya perang dunia ke-1 dan ke-2

Peristiwa-peristiwa pada masa itu memberikan perubahan dan arah kajian ilmu komunikasi, yang mana Pada masa itu bidang studi komunikasi yang berkembang berhubungan dengan masalah politisi kenegaraan, peranan komunikasi dalam kehidupan, analisis psikologi sosial komunikasi, propaganda, dan penelitian komunikasi komersial.

Era ini juga muncul surat kabar yang diberi nama berbeda di setiap negaranya. Beberapa tokoh yang berkontribusi dalam dunia per surat kabar dan adalah Wilhelm Bauer, H.J. Prakke dan Emil Dovivat (Yasir, 2020).

Proses modernisasi yang berkembang sejalan dengan perkembangan kajian komunikasi dan kehidupan sosial, dan memberikan asumsi bahwa komunikasi berperan serta berkontribusi dalam perubahan sosial. Oleh karena itu, untuk melihat proses dan pengaruh dari komunikasi, dilakukanlah penelitian secara empiris dan kuantitatif. Contohnya dalam pengkajian komunikasi di bidang pendidikan, elemen yang diteliti yaitu keterampilan komunikasi, strategi komunikasi dan penggunaan teknologi baru dalam pendidikan formal. Contoh lainnya di bidang komunikasi untuk komersial, penelitian yang dilakukan seperti tentang dampak iklan terhadap masyarakat serta elemen-elemen dengan industri media yang mulai berkembang saat itu (Yasir, 2020).

2.2.3 Masa Konsolidasi yaitu Perang Dunia ke-2 sampai 1960-an

Sesuai dengan nama masanya, yaitu konsolidasi, maka pada masa ini terjadi konsolidasi pendekatan ilmu komunikasi sebagai ilmu pengetahuan sosial yang memiliki sifat multidisipliner atau mencakup banyak ilmu. Dalam hal ini selanjutnya Ilmu Komunikasi dibagi ke dalam bidang yang berbeda yaitu komunikasi intrapersonal, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok dan organisasi, komunikasi makrososial, serta komunikasi massa.

Terhadap tiga ciri yang menandai adanya kristalisasi ilmu komunikasi, diantaranya adalah ;

1. Terdapat perbendaharaan kata yang secara konsisten sengaja dibuat
2. Munculnya buku-buku yang membahas definisi dan proses komunikasi
3. Munculnya ide-ide dasar proses komunikasi

Beberapa tokoh yang terkenal pada masa ini adalah Claude E. Shannon, Norbert Wiene, Harold Lasswell, Kurt Lewin, Carl I. Hovland, Paul F. Lazarsfeld, dan Wilbur Schramm (Z. F. Nurhadi, 2017).

2.2.4 Masa Teknologi Komunikasi

Setelah tahun 1960-an perkembangan ilmu komunikasi telah terjadi secara pesat dan kompleks. Seorang ilmuwan bernama Rogers pada tahun 1986 melihat bahwa perkembangan ilmu komunikasi sebagai suatu disiplin ilmu sudah memasuki masa take off atau tinggal landas (Effendy., 2017). Beberapa hal yang menjadi tanda bahwa ilmu komunikasi semakin berkembang pesat pada masa ini adalah :

1. Semakin banyak universitas dengan program pendidikan komunikasi dan hal ini tidak hanya terbatas pada negara Amerika saja tetapi asia dan Afrika juga sudah ada.
2. Adanya asosiasi profesional dalam bidang ilmu komunikasi dengan jumlah yang semakin banyak baik dari tingkat regional maupun internasional

3. Semakin banyak muncul pusat-pusat dan perkembangan komunikasi

Tanda di atas merupakan tanda yang dilihat dari sudut pandang institusional. Sementara itu dari sudut pandang bidang keilmuan, kemajuan Ilmu Komunikasi tercermin dalam beberapa indikator seperti :

1. Semakin banyak muncul referensi tentang ilmu komunikasi baik berupa buku jurnal atau hasil penelitian
2. Semakin bermacam-macam bidang-bidang studi khusus ilmu komunikasi
3. Banyak teori dan juga model yang muncul dihasilkan oleh para tokoh tentang ilmu komunikasi

Sementara itu pada saat ini disebut sebagai periode komunikasi dan informasi yang ditandai dengan beberapa indikator seperti (Suherman, 2020):

1. Pesatnya perkembangan teknologi untuk komunikasi, ditandai dengan semakin canggihnya teknologi-teknologi yang mendukung komunikasi
2. Industri media yang semakin tumbuh dan tidak hanya bersifat regional tetapi juga nasional dan internasional
3. Semakin pesatnya pembangunan ekonomi di berbagai negara sebagai dampak dari komunikasi.

2.3 Perkembangan Ilmu Komunikasi di Indonesia

Pada mulanya ilmu komunikasi di Indonesia dimulai pada Tahun 1948 di Universitas Gadjah Mada dengan sebutan ilmu penerangan. Kemudian sejarah perkembangan ilmu komunikasi dibagi menjadi era Orde Lama, era Orde Baru, reformasi, dan perkembangan media baru.

Pada tahun 1950-an ilmu komunikasi yang masuk di Indonesia berasal dari Jerman. Pada awalnya ilmu komunikasi yang masuk ke Indonesia hanya berfokus pada kajian publisistik atau yang dikenal dengan ilmu Informasi Publik. Dan ilmu komunikasi pertama kali ini diajarkan di Universitas Gadjah Mada, yang diberi nama dengan ilmu penerangan.

Sekitar 1955 Universitas Gadjah Mada mendirikan jurusan publistik yang setiap tahunnya mengalami perkembangan yang pesat, terutama pada Orde Baru dari tahun 1960 hingga 1970. Pada masa ini Ilmu Komunikasi memiliki peranan yang penting di bidang pemerintahan, seperti menyampaikan informasi kepada masyarakat. Karena seorang Komunikator harus mampu menyampaikan informasi yang tepat, cepat, dan akurat tanpa menimbulkan kesalahpahaman (Suherman, 2020).

Pada masa orde baru beberapa perguruan tinggi seperti Universitas Indonesia, Universitas Hasanuddin, Universitas Padjadjaran, Universitas Diponegoro, mulai membentuk jurusan publistik. Pada masa ini pemerintah banyak mendukung kegiatan-kegiatan untuk kemajuan dan perkembangan ilmu komunikasi. Pada tahun 1974, Prof. Dr. Astrid Susanto Sunario sebagai dekan dari fakultas fabrisik Universitas Padjadjaran mengemukakan pendapat bahwa komunikasi lebih luas dari publistik. Hal ini menyebabkan melejitnya Ilmu Komunikasi pada masa itu.

Tentu saja selanjutnya perkembangan ilmu komunikasi dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan hingga hampir semua perguruan tinggi baik swasta ataupun negeri memiliki program studi komunikasi. Hal ini terjadi selama masa reformasi mulai dari tahun 1998. Apalagi dengan pengaruh perkembangan media menjadikan ilmu komunikasi sebagai salah satu bidang keilmuan yang penting dengan cakupan yang sangat luas (Salim, 2023).

Anda pun media yang dimaksud adalah media dengan internet dan berbasis teknologi yang menjadi sarana ilmu komunikasi dalam melaksanakan praktiknya. Dengan media ini memudahkan proses penyampaian dan juga penerimaan pesan. Tentu saja berdampak pada perkembangan ilmu komunikasi yang semakin pesat. Perkembangan tersebut ditandai dengan beberapa faktor seperti perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin maju, pertumbuhan industri media, ketergantungan situasi ekonomi yang semakin tinggi, serta semakin gencarnya pembangunan ekonomi, dan semakin

meluasnya proses demokrasi dan liberalisasi politik dan ekonomi melalui ilmu komunikasi.

2.4 Perkembangan Teknologi Komunikasi

Teknologi komunikasi berkembang dari masa ke masa, berikut ini beberapa teknologi komunikasi yang pernah digunakan oleh manusia :

1. Teknologi komunikasi berupa lukisan di gua
Ini merupakan metode tertua di dunia, yang digunakan oleh manusia purba dalam menandai Daerah atau wilayah serta merekam berbagai peristiwa penting yang terjadi saat itu. Kemudian mereka akan menuliskan nya pada dinding atau langit-langit gua sebagai fungsi simbolis dan religius.



2. Tanda asap
Tanda ini digunakan untuk mengirimkan pesan. Seperti yang dilakukan oleh sejarawan Yunani yaitu polybius menggunakan asap untuk mewakili alfabet.



Sumber : medium.com

3. Sistem pos

Memiliki jasa kurir, jadi surat dikirim dari satu orang ke orang lain melalui layanan Pos. Pada masa ini terdapat penggunaan kotak surat untuk pengiriman dan penerimaan surat melalui sistem pos.



Sumber : detiknews.com

4. Merpati

Burung merpati dikenal dengan kemampuannya yang dapat merekam arah dan menentukan rumah bahkan setelah menempuh jarak jauh. Sehingga orang Romawi kuno menggunakan merpati untuk menyampaikan pesan penting dan membantu dalam komunikasi.



Sumber : kompas.com

5. Surat kabar

Surat kabar merupakan media komunikasi yang luas yang berisikan berita tertulis tentang peristiwa penting yang sedang berlangsung. Surat kabar ini dicetak dan mesin cetaknya pertama kali diperkenalkan oleh Johannes Gutenberg.

6. Radio

Radio merupakan media komunikasi berbentuk audio yang juga berisikan berita dan hiburan untuk masyarakat. Radio ini bisa dipasang di ponsel ataupun mobil. Radio pernah menjadi media komunikasi yang sangat penting pada masanya.

7. Telegraf

Telegraf merupakan sistem komunikasi listrik pertama yang dapat mengirimkan pesan teks. Teknologi ini membantu mengirimkan informasi ke seluruh negeri dan dirasa lebih cepat daripada pesan tertulis melalui.

8. Telepon

Seorang ilmuwan bernama Alexander Graham Bell menjadi sosok penting dalam perkembangan teknologi komunikasi. Karena ia adalah orang yang berhasil mentransmisikan audio manusia menjadi sinyal, kemudian sinyal tersebut ditransmisikan melalui kabel. Dan orang berbicara melalui telepon tersebut selama berjam-jam melalui jarak jauh.

Munculnya telepon ini mengubah mode komunikasi secara keseluruhan.

9. Internet

Adalah bentuk kecanggihan selanjutnya setelah telepon. Melalui internet seseorang dapat mencari apa saja di mana saja di seluruh dunia, sehingga informasi dan bentuk komunikasi apapun dapat dilakukan dengan mudah melalui internet.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, E. (2020) *Pengantar Ilmu Komunikasi: Sejarah, Hakikat, Dan Proses.: Dalam Pembangunan Citra Perusahaan*. Yogyakarta: Get Press Indonesia.
- Effendy. (2017) *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja.
- Ngalimun (2017) *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Praktis*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Safiatuddinni *et al.* (2023) 'Sejarah Perkembangan Ilmu Komunikasi', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, pp. 25549–25553.
- Salim, A. (2023) *Buku Ajar Komunikasi Pendidikan*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Suherman, A. (2020) *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*. Sleman: Deepublish Publisher.
- Yasir (2020) *Pengantar Ilmu Komunikasi: Sebuah Pendekatan Kritis Dan Komprehensif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Z. F. Nurhadi (2017) *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok: Kencana.

BAB 3

PRINSIP DASAR DAN TINGKATAN PROSES KOMUNIKASI

Oleh Niscaya Hia

3.1 Pendahuluan

Secara terminologi, komunikasi adalah proses penyampaian pernyataan dari satu orang ke orang lain. Melalui komunikasi, pihak lain dapat memahami sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok orang. Namun komunikasi hanya akan efektif jika pesan yang disampaikan dapat dimaknai serupa oleh penerimanya. Dari sudut pandang ahli, Chitty (1997) dan Jurgen Ruesch (1972) dalam Anjawarni (2016) mendefinisikan pengertian komunikasi sebagai: Suatu proses pertukaran gagasan, pemikiran, konsep atau informasi dalam suatu karya interaksi. Informasi dapat ditransmisikan secara sadar atau tidak sadar melalui ucapan, tulisan, gerakan atau isyarat melalui tanda atau simbol. Dengan demikian, yang kita sebut komunikasi adalah ukuran keseluruhan perilaku komunikator (penyedia informasi) terhadap komunikan (penerima informasi), baik disengaja maupun tidak disadari. Komunikasi melibatkan proses timbal balik dimana pesan dikirim dan diterima antara dua orang atau lebih (Direktorat Jendral Pembinaan Pelatihan dan Produktivitas Direktorat Bina Standardisasi Kompetensi dan Pelatihan Kerja, 2018)

Prinsip dasar dan tingkatan proses komunikasi seperti fungsi dan definisi komunikasi dijelaskan berbeda-beda berdasarkan konsep yang dikemukakan oleh masing-masing ahli. (Pusat, 2017), Prinsip komunikasi merupakan landasan yang harus diperhatikan dalam berkomunikasi (Direktorat Jendral Pembinaan Pelatihan dan Produktivitas Direktorat Bina Standardisasi Kompetensi dan Pelatihan Kerja, 2018).

3.2 Prinsip Dasar Komunikasi

Menurut prinsip komunikasi dalam buku Deddy Mulyana “Pengantar Ilmu Komunikasi” (Fariidah, 2020), terdapat 12 prinsip komunikasi :

1. Komunikasi adalah proses simbolik
2. Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi
3. Komunikasi punya dimensi isi dan dimensi hubungan
4. Komunikasi berlangsung dalam tingkat kesengajaan
5. Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu.
6. Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi.
7. Komunikasi bersifat sistematis
8. Semakin mirip latar belakang sosial-budaya semakin efektiflah komunikasi
9. Komunikasi bersifat nonsekuensial
10. Komunikasi bersifat prosesual, dinamis, dan transaksional
11. Komunikasi bersifat irreversible
12. Komunikasi bukan panacea untuk menyelesaikan berbagai masalah (Fariidah, 2020)

Prinsip komunikasi yang pertama adalah bahwa komunikasi adalah suatu proses simbolik. Artinya ketika seseorang menggunakan simbol-simbol untuk berkomunikasi, simbol-simbol tersebut dapat berupa bahasa, gerak tubuh, mimik wajah, dan lain-lain. (Fariidah, 2020), Komunikasi bersifat dinamis dan siklis serta tidak berakhir pada suatu titik tertentu melainkan berkesinambungan (Direktorat Jendral Pembinaan Pelatihan dan Produktivitas Direktorat Bina Standardisasi Kompetensi dan Pelatihan Kerja, 2018).

Prinsip komunikasi yang kedua adalah setiap tindakan mempunyai potensi komunikasi. Artinya suatu tindakan mempunyai potensi untuk dikomunikasikan jika tindakan orang lain dan tindakan diri sendiri diberi makna (Fariidah, 2020).

Prinsip komunikasi yang ketiga adalah komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Setiap pesan komunikasi mempunyai aspek isi, berdasarkan aspek isi tersebut dapat diperkirakan aspek hubungan yang terjalin antara pihak-pihak yang melakukan proses komunikasi.

(Direktorat Jendral Pembinaan Pelatihan dan Produktivitas Direktorat Bina Standardisasi Kompetensi dan Pelatihan Kerja, 2018). Dengan kata lain, dimensi isi mengacu pada isi (apa yang dikatakan) dan dimensi hubungan mengacu pada isi (bagaimana hal itu dikatakan) (Fariidah, 2020).

Prinsip komunikasi yang keempat adalah bahwa komunikasi terjadi pada tingkat kesengajaan yang berbeda-beda. Artinya komunikasi dapat bersifat disengaja (intentional) dan tidak disengaja (unintentional). Intensionalitas bukanlah syarat utama untuk berkomunikasi.

Prinsip komunikasi yang kelima adalah komunikasi berlangsung dalam konteks ruang dan waktu. Artinya komunikasi bergantung pada kondisi lokasi dan waktu (pagi, siang, sore, malam).

Prinsip komunikasi keenam adalah Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi. Artinya seorang komunikator dapat memprediksi bagaimana reaksi seseorang terhadap pesan yang disampaikannya.

Prinsip komunikasi ketujuh menyatakan bahwa Komunikasi bersifat sistematis. Ini berarti bahwa sistem internal dan eksternal (jaringan) terlibat dalam komunikasi. Sistem internal adalah sistem yang terjadi dalam diri individu, seperti pengetahuan, keinginan, dan bahasa. Sistem eksternal adalah sistem yang terjadi di luar individu.

Prinsip komunikasi yang kedelapan adalah Semakin mirip latar belakang sosial-budaya semakin efektiflah komunikasi. Artinya komunikasi akan efektif bila terdapat kesamaan latar belakang sosiokultural. Misalnya, bahasa yang mirip memudahkan untuk memahami apa yang dikatakan komunikator. Semakin baik seorang komunikator memahami apa yang disampaikan oleh komunikator, maka komunikasi tersebut akan semakin efektif. Karena komunikator mempunyai kepentingan yang sama dengan komunikator mengenai pesan yang disampaikan oleh komunikator, dan komunikator dapat memberikan feedback yang diinginkan komunikator.

Prinsip komunikasi yang kesembilan menyatakan bahwa komunikasi bersifat nonsekuensial. Artinya komunikasi terjadi dua arah secara bersamaan.

Prinsip komunikasi yang kesepuluh menyatakan bahwa Komunikasi berupa prosesual, dinamis, dan transaksional. Artinya komunikasi terus terjadi tanpa permulaan tertentu dan tidak pernah berakhir (proses terus menerus). Dinamis artinya komunikator dan komunikan mengalami perubahan pengetahuan dari waktu ke waktu, yang juga menyebabkan perubahan pada diri komunikator dan cara pandang komunikator. Transaksi, atau komunikasi, merupakan proses yang terjadi secara bersamaan dan saling mempengaruhi.

Prinsip komunikasi ke sebelas menyatakan bahwa Komunikasi bersifat irreversible. Artinya, komunikasi tersebut tidak dapat ditarik kembali.

Prinsip komunikasi keduabelas adalah Komunikasi bukanlah panacea yang menyelesaikan berbagai masalah. Artinya komunikasi bukanlah obat mujarab untuk menyelesaikan berbagai masalah, karena penyelesaian masalah memerlukan lebih dari sekedar komunikasi (Fariidah, 2020). Secara linier, proses komunikasi setidaknya mencakup empat unsur, yakni sebagai berikut.

1. Sumber/pengirim pesan/komunikator, yaitu seseorang atau sekelompok orang atau organisasi/ lembaga yang secara aktif menyampaikan pesan.
2. Pesan, berupa simbol atau tanda seperti kata-kata tertulis atau lisan, gambar, angka, gerak tubuh.
3. Saluran, yaitu media yang digunakan untuk menyampaikan/mengirimkan pesan (misalnya telepon, radio, surat, surat kabar, majalah, televisi, gelombang radio dalam komunikasi interpersonal langsung).
4. Penerima/komunikator, yaitu seorang atau sekelompok orang atau suatu organisasi yang menjadi penerima pesan yang dituju (Yusri, 2020)

Selain keempat unsur tersebut, terdapat faktor lain yang penting dalam proses komunikasi, yaitu:

1. Akibat/dampak yang terjadi bagi komunikasikan ;
2. *Feedback*, yaitu umpan balik dari penerima/komunikasikan mengenai pesan yang diterimanya;
3. *Noise* (gangguan), khususnya aspek fisik atau psikologis yang dapat menghambat kelancaran komunikasi (Murniati, 2020).

3.3 Tingkatan Proses Komunikasi

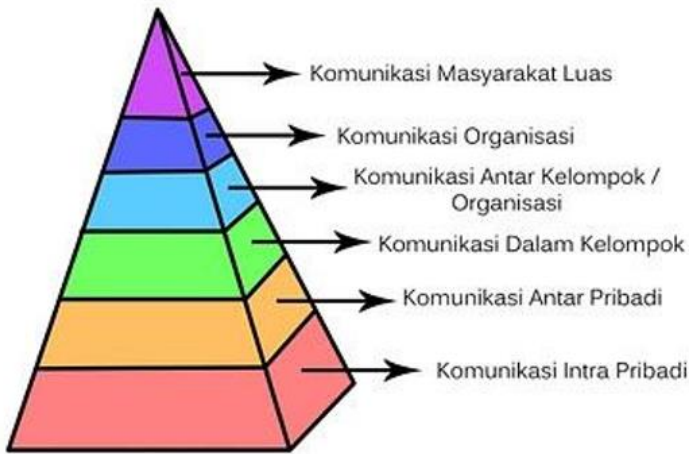
Menurut Dennis McQuail (1987), secara umum aktivitas/proses komunikasi dalam masyarakat dapat berlangsung pada enam tingkatan (Murniati, 2020).

1. Komunikasi intrapersonal, khususnya proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang, berupa proses pengolahan informasi melalui panca indera dan sistem saraf. Misalnya berpikir, merenung, mengingat sesuatu, menulis surat dan menggambar. Setiap manusia pada hakikatnya selalu melakukan aktivitas komunikasi internal sepanjang hidupnya.
2. Komunikasi interpersonal, yaitu kegiatan komunikasi yang dilakukan secara langsung antara satu orang dengan orang lain. Misalnya percakapan tatap muka antara dua orang, korespondensi pribadi, dan percakapan telepon. Gaya komunikasi lebih berupa personal, artinya pesan atau informasi yang disampaikan dimaksudkan semata-mata untuk melayani kepentingan pribadi pelaku komunikasi yang terlibat. Dalam komunikasi interpersonal, jumlah aktor yang berpartisipasi bisa lebih dari dua jika pesan atau informasi yang disampaikan bersifat pribadi.
3. Komunikasi kelompok, khususnya kegiatan komunikasi yang berlangsung antar anggota suatu kelompok. Pada tingkat ini, setiap individu berpartisipasi dalam komunikasi sesuai dengan peran dan posisinya dalam kelompok. Pesan atau informasi yang dikomunikasikan berkaitan dengan kepentingan seluruh anggota kelompok dan tidak bersifat pribadi. Misalnya diskusi keluarga antara ayah, ibu dan anak, diskusi antar anggota kelompok

remaja atau kegiatan belajar mengajar yang dilakukan oleh guru dan siswa di dalam kelas.

4. Komunikasi antar kelompok /perkumpulan, yaitu kegiatan komunikasi yang berlangsung antara satu kelompok dengan kelompok lain atau antara satu kelompok dengan kelompok lainnya. Jumlah pelaku yang terlibat dalam komunikasi jenis ini dibatasi pada dua orang atau lebih. Namun masing-masing dari mereka memainkan peran dan kedudukan yang mewakili kelompok/perkumpulannya masing-masing. Oleh karena itu, pesan yang disampaikan berkaitan dengan kepentingan kelompok/ perkumpulan. Contohnya pertemuan antara pengurus Desa Karang Taruna A dan Desa Karang Taruna B, atau pertemuan antara pengurus Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia dan Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia.
5. Komunikasi organisasi mencakup kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi dan komunikasi antar organisasi. Sifat komunikasi organisasi lebih formal dan mengedepankan prinsip efisiensi dalam menjalankan aktivitas komunikasinya. Misalnya: pertemuan antara direktur perusahaan A dengan direksinya, korespondensi antara perusahaan A dan perusahaan B, atau pertemuan antara pimpinan perusahaan A dan kepala departemen B.
6. Komunikasi dengan masyarakat pada umumnya, khususnya komunikasi dengan masyarakat pada umumnya. Bentuk kegiatan komunikasi dapat dilakukan dengan dua cara.
 - a. Komunikasi massa, khususnya komunikasi melalui media massa seperti radio, majalah, surat kabar dan televisi.
 - b. Tidak perlu melalui media massa seperti konferensi atau pidato terbuka. Sifat isi pesan yang disampaikan berkaitan dengan kepentingan orang banyak dan tidak bersifat pribadi (Murniati, 2020).

Enam tingkat komunikasi Dennis McQuail dijelaskan sebagai berikut.



Gambar 4.1. Tingkatan Proses Komunikasi
(Sumber : (Murniati, 2020))

3.4 Tujuan, Fungsi, dan Tahap Proses Komunikasi

Secara umum menurut Wilbur Schramm (1974), tujuan komunikasi dapat dilihat dari dua sudut pandang kepentingan, yaitu kepentingan sumber/pengirim/komunikator dan kepentingan penerima/komunikan.

Harold D. Lasswell (1948) mengatakan komunikasi mempunyai tiga fungsi sosial, yaitu:

1. Pemantauan lingkungan;
2. Korelasi antar bagian masyarakat untuk mencapai kesepakatan mengenai lingkungan hidup
3. Sosialisasi (penyebaran nilai/warisan masyarakat dari satu generasi ke generasi lainnya).

Peran pengawasan menunjuk pada upaya pengumpulan, pengolahan, produksi, dan penyebarluasan informasi mengenai peristiwa yang terjadi di dalam ataupun di luar lingkungan suatu masyarakat. Upaya ini selanjutnya diarahkan pada tujuan untuk mengendalikan hal-hal yang terjadi di

lingkungan masyarakat. Misalnya, mencegah keresahan, memelihara ketertiban dan keamanan.

Fungsi korelasi mengacu pada upaya menafsirkan informasi tentang peristiwa. Berdasarkan penafsiran informasi tersebut, diharapkan berbagai kelompok atau bagian masyarakat mempunyai persepsi, tindakan, atau reaksi yang sama terhadap peristiwa yang terjadi. Dengan kata lain, melalui korelasi, komunikasi diarahkan pada upaya mencapai nada suara.

Kegiatan komunikasi seperti ini disebut dengan kegiatan propaganda. Seperti, laporan surat kabar menyarankan agar anggota masyarakat mengadopsi dan melaksanakan program dalam kampanye legislatif, pemilihan presiden, atau program keluarga berencana. Sedangkan Onong Uchjana (1993) dalam kaitannya dengan tahapan proses komunikasi membaginya menjadi dua tahap, yaitu proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder.

1. Proses komunikasi primer.

Proses utama komunikasi adalah penyampaian pikiran dan/atau perasaan kepada orang lain dengan menggunakan simbol-simbol sebagai medianya. Simbol sebagai media utama dalam proses komunikasi adalah bahasa, simbol, tanda, bentuk, warna, dan lain-lain, yang dapat “menerjemahkan” pikiran dan/atau perasaan komunikator secara langsung kepada komunikator. Mengapa (gestur) dapat “menerjemahkan” pikiran seseorang ke dalam ekspresi fisik. Namun merenggangkan tangan, memainkan jari, mengedipkan mata, menggerakkan bagian tubuh lainnya hanya menyampaikan hal-hal tertentu (yang sangat terbatas). Juga isyarat yang menggunakan alat seperti drum, sirene, dan lain-lain serta warna yang mempunyai arti tertentu. Kemampuan kedua simbol untuk mengkomunikasikan pikiran kepada orang lain terbatas. Gambar sebagai simbol dalam komunikasi melampaui gerak tubuh dan warna dalam kemampuannya “menerjemahkan” pikiran seseorang, namun tetap tidak melampaui bahasa. Buku yang menggunakan bahasa sebagai simbol

untuk menerjemahkan pikiran, belum tentu bisa tergantikan dengan gambar, apalagi simbol lainnya. Simbol-simbol ini sering digunakan bersama-sama untuk komunikasi yang efektif. tertulis Berdasarkan penjelasan di atas, pikiran dan/atau perasaan seseorang diketahui oleh orang lain dan pengaruhnya terhadap orang lain apabila dikomunikasikan melalui sarana primer, yaitu. simbol Dengan kata lain, pesan yang disampaikan media kepada media terdiri dari isi dan simbol.

2. Proses komunikasi sekunder.

Proses komunikasi sekunder adalah proses dimana seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sebagai media kedua setelah menggunakan simbol sebagai media pertama (Onong Uchjana, 1993). Komunikator menggunakan media lain dalam komunikasinya karena sasaran komunikatornya relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi dan film adalah telepon, alat komunikasi lainnya. Karena proses komunikasi sekunder merupakan kelanjutan dari komunikasi primer dengan menembus dimensi ruang dan waktu, maka komunikator harus memperhatikan ciri atau ciri media yang digunakan ketika mengorganisasikan simbol-simbol yang membentuk isi pesan komunikasi. Penentuan media yang dipilih diantara beberapa pilihan harus didasarkan pada pertimbangan komunikasi yang dimaksudkan. Alat komunikasi seperti surat, poster atau papan buletin berbeda dengan komunikasi surat kabar, radio, televisi atau film. Setiap media mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang hanya efektif bila digunakan untuk menyampaikan pesan tertentu. Dengan demikian, proses komunikasi sekunder menggunakan media yang dapat digolongkan menjadi media massa dan media nirmassa atau media nonmassa. (Murniati, 2020)

DAFTAR PUSTAKA

- Direktorat Jendral Pembinaan Pelatihan dan Produktivitas
Direktorat Bina Standardisasi Kompetensi dan Pelatihan
Kerja (2018) 'Buku Informasi Menerapkan Prinsip Dasar
Komunikasi', pp. 4–6.
- Fariidah, S. (2020) 'Fenomena Susu Jahe Merah Dikalangan
Masyarakat Kota Bandung', pp. 12–39.
- Murniati, E. (2020) 'Bahan Ajar Proses Komunikasi, Prinsip
Dasar, dan Pandangan ahli Tentang Proses Komunikasi',
Universitas Kristen Indonesia Institutional Repository, pp.
1–102. Available at: <http://repository.uki.ac.id/2910/>.
- Pusat, S.B. (2017) 'Dapus 1.Pdf', p. 53.
- Yusri, A.Z. dan D. (2020) '濟無No Title No Title No Title', *Jurnal
Ilmu Pendidikan*, 7(2), pp. 809–820.

BAB 4

PENGERTIAN DAN MODEL DASAR KOMUNIKASI

Oleh Supriadi

4.1 Pendahuluan

Kata komunikasi adalah kata yang tidak asing lagi bagi kita. Setiap orang dari berbagai kalangan sering menggunakan kata ini. Karena kita terbiasa menggunakan kata komunikasi sehingga seolah olah kita tidak perlu lagi mempertanyakan artinya. Setiap orang sudah dianggap paham apa yang dimaksud dengan komunikasi, sehingga komunikasi tidak perlu untuk dipelajari. Setiap orang tanpa belajar bisa berkomunikasi. Kita sebagai manusia setiap hari berkomunikasi. Aktivitas komunikasi dianggap sebagai hal yang mudah dilakukan. Komunikasi baru dianggap sebagai masalah yang penting, bila terjadi permasalahan yang berkaitan dengan hubungan sosial. Merasa diperlukan komunikasi yang lebih sering atau lebih baik. Sejalan dengan perkembangan masyarakat dan teknologi, permasalahan komunikasi menjadi semakin konpeks dan semakin luas.

Dewasa ini komunikasi dianggap masalah yang penting dalam kehidupan manusia. Misalnya dituntut kemampuan berkomunikasi efektif baik dalam konteks hubungan antar individu, kelompok, organisasi, bahkan hubungan antar bangsa. Demikian juga dalam bidang kehidupan lainnya memerlukan kemampuan berkomunikasi, seperti dalam bidang bisnis, pendidikan, sosial, politik dan lain sebagainya. Pendek kata dewasa ini banyak aktivitas manusia yang memerlukan kemampuan berkomunikasi.

Demikian juga dalam kehidupan bermasyarakat, misalnya dalam lingkup terkecil dalam keluarga, orang tua harus mampu berkomunikasi efektif dengan anak-anaknya. Di

lingkungan rumah sekitar kita berkomunikasi dengan tetangga. Demikian juga di lingkungan pemerintahan misalnya pak RT, Pak RW, Pak Lurah sampai pada tingkat presiden berkomunikasi dengan masyarakat atau dengan rakyatnya. Sering kali terjadi konflik dalam rumah tangga, dalam organisasi, antar pak Rt dengan warganya, bahkan antara presiden dengan rakyatnya, yang kalau ditelusuri sangat mungkin karena faktor komunikasi.

Fisher (1986) menyebutkan bahwa komunikasi dibaratkan sebagai oksigen dalam kehidupan manusia. Kekurangan oksigen dapat mengakibatkan permasalahan dalam tubuh kita. Demikian juga dengan komunikasi merupakan kebutuhan dalam kehidupan sosial masyarakat. Banyak permasalahan sosial melibatkan permasalahan komunikasi. Banyak juga banyak permasalahan sosial yang memerlukan komunikasi dalam penyelesaiannya. Baik permasalahan yang terjadi antar individu, antar kelompok, antar partai politik, bahkan antar bangsa. Dalam menyelesaikan permasalahan tersebut sering kali memerlukan komunikasi yang lebih banyak atau komunikasi yang lebih baik. Permasalahan hubungan sosial antar individu dapat diselesaikan dengan bersilaturahmi paling tidak untuk mencairkan hubungan. Apalagi dalam dunia politik, komunikasi merupakan pekerjaannya sehari-hari para politisi, baik dalam membangun atau meningkatkan kerja sama politik, maupun diantara partai politik yang berkoalisi, atau pun untuk membuka hubungan atau kerja sama politik antar partai yang bersebrangan.

Dengan demikian gambaran tersebut di atas menunjukkan betapa pentingnya komunikasi dalam kehidupan sosial manusia. Komunikasi faktor yang selalu ada dalam segala aktivitas kehidupan sosial manusia. Para ahli komunikasi mengibaratkan komunikasi sebagai faktor yang serba ada, berada di mana mana dan dalam waktu kapan pun.

Melihat sedemikian pentingnya komunikasi, maka kita perlu memahami apa itu komunikasi ? Untuk mengetahui dan memahami apa itu komunikasi kita harus melihat bagaimana

para ahli di bidang ini memberikan pengertian atau definisi komunikasi.

4.2 Pengertian Komunikasi

Untuk mengerti atau memahami apa itu komunikasi, maka kita harus melihat bagaimana para ahli di bidang komunikasi mendefinisikan atau memberi pengertian tentang komunikasi. Deddy Mulyana (2017) dan Onong Uchyana Effendy (2007) mengemukakan bahwa secara etimologis atau asal kata komunikasi berasal dari kata *communication* dalam bahasa Inggris. Kata *communication* berasal dari kata *communicatio* dalam bahasa Latin, *communicatio* berasal dari kata *communis*, yang artinya sama atau kesamaan, dalam hal ini adalah kesamaan makna atau arti. Dengan demikian ketika kita berkomunikasi berarti kita berusaha menyamakan makna atau arti dengan lawan bicara kita. Jika terjadi kesamaan makna atau arti antara mereka yang berkomunikasi berarti komunikasi berhasil.

Seperti yang dikutip oleh Fisher (1986), definisi komunikasi yang hampir sama dengan yang dikemukakan oleh kedua pakar di atas juga dikemukakan oleh Fotheringham (1966) yang menyatakan bahwa komunikasi harus benar-benar pragmatis dalam arti apa yang dimaksudkan komunikator sama dengan yang diterima oleh komunikan. Demikian juga dengan definisi yang dikemukakan oleh Gode (1959) yang mengemukakan bahwa komunikasi adalah suatu proses yang menuju pada suatu kebersamaan antara dua atau lebih orang yang semula dimonopoli oleh satu atau beberapa orang. Dari empat definisi yang dikemukakan di atas dapat dikemukakan kesimpulan bahwa komunikasi berjalan dengan baik atau berhasil jika gagasan, informasi dan sejenisnya dimiliki bersama atau mempunyai makna yang sama antara mereka yang berkomunikasi. Pengertian yang dikemukakan oleh para ahli di atas sebenarnya merupakan arti komunikasi yang mendasar, dalam arti bahwa komunikasi intinya adalah ada kesamaan makna atau arti yang disampaikan oleh salah satu pihak, sehingga menjadi milik bersama di antara mereka yang terlibat

dalam proses komunikasi. Namun demikian fenomena komunikasi dipahami secara berbeda di kalangan para ahli sehingga mereka memiliki perspektif yang berbeda-beda tentang komunikasi.

Tidak akan ditemukan satu definisi komunikasi yang disepakati oleh semua ahli komunikasi. Setiap ahli mendefinisikan komunikasi secara berbeda-beda sesuai dengan latar belakang keilmuannya masing-masing. Seperti kita maklumi bahwa Ilmu Komunikasi merupakan ilmu yang relatif baru dibandingkan dengan ilmu-ilmu sosial lainnya, seperti Psikologi, Sosiologi, Ilmu Politik dan lain-lain. Dengan demikian para pakar komunikasi merupakan ilmuwan-ilmuwan dari disiplin ilmu baik sosial maupun eksakta. Untuk sekedar contoh misalnya Wilbur Schramm adalah seorang ahli sastra, Lasswell adalah seorang ilmuwan politik, Hovland adalah ilmuwan psikologi dan lain lain. Seperti yang dikutip Mulyana (2001) bahwa seorang ahli komunikasi Frank Dance telah menginventarisir definisi komunikasi dan mendapatkan definisi sebanyak 126 definisi komunikasi yang berlainan.

Definisi lainnya dikemukakan oleh West dan Turner (2009) yang mendefinisikan komunikasi sebagai proses sosial melalui simbol-simbol dalam menciptakan makna bersama dalam lingkungan mereka. Konsep kunci pada definisi ini adalah proses, sosial, , simbol, makna, dan lingkungan. Proses menunjukkan pada peristiwa yang dinamis, berkesinambungan dan tiada akhir. Artinya komunikasi adalah suatu peristiwa yang dinamis, berkesinambungan dan tidak memiliki akhir. Sosial menunjuk pada manusia dan interaksi adalah bagian dari komunikasi. Artinya bahwa komunikasi merupakan aktivitas yang melibatkan manusia atau antar manusia. Simbol menunjuk pada sesuatu yang mengandung pesan. Artinya manusia berkomunikasi menggunakan simbol-simbol dalam menyampaikan pikiran dan perasaannya. Makna adalah yang terkandung dalam pesan. Pesan yang disampaikan dapat memiliki lebih dari satu makna. Makna berkaitan dengan budaya. Konteks merujuk pada situasi atau konteks dimana komunikasi itu terjadi. Yang termasuk dalam lingkungan

komunikasi adalah waktu, kapan komunikasi itu terjadi. Tempat, dimana komunikasi itu berlangsung. Hubungan di antara yang berkomunikasi, dan latar belakang sosial budaya mereka yang berkomunikasi.

Sebagai informasi dan untuk pembendaharaan pengetahuan mengenai definisi komunikasi berikut ini di sajikan beberapa definisi komunikasi yang dikutip dari Miller (2005):

1. Weaver (1949):

Communication is all of the procedures by which one mind can affect another. (Komunikasi adalah semua prosedur dimana satu pikiran dapat mempengaruhi pikiran lainnya).

2. Hovland, Janis and Kelley (1953)

Communication is the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience). Komunikasi adalah proses dimana seorang individu (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya verbal) untuk mengubah perilaku individu lain (audiens).

3. Gode (1959)

Communication is the process that make common to two or several what was the monopoly of one or some. (Komunikasi adalah proses menyamakan antara satu atau dua pihak yang asalnya dimonopoli satu atau beberapa pihak).

4. Berelson and Steiner (1964):

The transmission of information, ideas, emotions, skills, etc, by the use of symbols—words, pictures figures, graphs, etc. It is the act or process of transmission that usually called communication. (Transmisi informasi, ide, emosi, keterampilan, dll, melalui penggunaan simbol—kata-kata, gambar, angka, grafik, dll. Tindakan atau proses transmisi inilah yang biasa disebut komunikasi).

5. Gerbner (1966):

Communication is social interaction through symbols and message systems. (Komunikasi adalah interaksi sosial melalui simbol dan sistem pesan).

Definisi atau pengertian merupakan perspektif atau cara pandang seorang terhadap fenomena yang diamatinya. Diantara definisi yang dikemukakan para ahli, ada yang melihat komunikasi secara lebih abstrak atau lebih luas, ada juga yang melihat komunikasi secara sempit atau lebih spesifik. Definisi komunikasi yang melihat komunikasi lebih luas misalnya definisi yang dikemukakan oleh Weaver yang berbunyi : *Communication is all of the procedures by which one mind can affect another* (Komunikasi adalah semua prosedur dimana satu pikiran dapat mempengaruhi pikiran lainnya) Dengan demikian menurut Weaver komunikasi mencakup semua prosedur dengan mana pikiran seseorang dapat memengaruhi pikiran orang lainnya. Dalam definisi ini mencakup berbagai situasi dan konteks dalam mana komunikasi kemungkinan terjadi. Semua prosedur atau semua perilaku atau akibat dari perilaku potensial untuk terjadinya komunikasi. Misalnya saja seseorang menanam bunga di halaman rumahnya. Tanaman bunga tersebut bisa menjadi pesan bagi orang yang memperhatikan bunga tersebut, bahwa pemilik rumah itu cinta keindahan, kerapian dan lain sebagainya. Bisa juga untuk hal lain tidak saja masalah menanam bunga di halaman rumah, misalnya rumah yang tertata rapi bersih, atau pakaian yang dikenakan dapat mempengaruhi persepsi orang lain yang mengamati atau melihatnya tentang orang yang mengenakan pakaian tersebut. Dalam hal ini tidak ada unsur kesengajaan dari pihak yang punya rumah untuk menyampaikan pesan kepada pihak yang mengamati tanaman bunganya. Demikian juga pihak yang mengenakan pakaian tidak mempunyai tujuan secara khusus.

Sementara definisi yang memandang komunikasi lebih sempit atau spesifik adalah definisi yang dikemukakan oleh Hovland yaitu sebagai berikut: *Communication is the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience)* (Komunikasi adalah proses dimana seorang individu, komunikator menyampaikan rangsangan (biasanya verbal) untuk mengubah perilaku individu lain, audiens). Pada definisi ini Hovland secara spesifik sudah menetapkan bahwa

komunikasi merupakan proses penyampaian stimuli berupa pesan verbal dan tujuan yang spesifik pula yaitu untuk mengubah perilaku pihak lain. Pada definisi ini menunjukkan ada unsur kesengajaan komunikator untuk berkomunikasi dengan tujuan mengubah perilaku orang lain. Karena pada definisi Hovland ini komunikasi memiliki tujuan yang jelas, spesifik, maka dapat dengan mudah untuk mengukur tingkat keberhasilan komunikasi yang dijalankan, yaitu seberapa efektif komunikasi tersebut dapat mengubah perilaku sasaran.

Selain dimensi luas dan dimensi sempit dalam melihat fenomena komunikasi, definisi komunikasi juga mengandung beberapa dimensi lainnya. Frank Dance seperti yang diikutip oleh Littlejohn dkk (2017) menyebutkan bahwa ada tiga poin penting yang berbeda berkaitan dengan definisi komunikasi, yaitu yang *pertama*, dimensi *tingkat observasi* atau *keabstrakan*. Berdasarkan tingkat observasi atau keabstrakan, ada definisi yang luas dan mencakup segala hal, dan ada yang sempit, terbatas. Definisi komunikasi sebagai " proses yang menghubungkan bagian-bagian dunia kehidupan yang terputus-putus satu sama lain" adalah definisi yang inklusif, luas. Sedangkan definisi komunikasi sebagai " sarana pengiriman pesan militer, perintah, dll, melalui telepon, telegraf, radio, kurir" adalah definisi yang ruang cakupannya terbatas. Definisi pertama dipandang luas karena meliputi berbagai proses dalam kehidupan dunia, sedangkan definisi kedua dipandang terbatas karena hanya meliputi pesan militer.

Yang *kedua* dimensi *intensionalitas* atau *tujuan*. Berdasarkan intensionalitas atau tujuan berkomunikasi, terdapat definisi yang memasukan unsur maksud tujuan dalam mengirim dan menerima pesan, sedang definisi lainnya tidak memuat batasan ini. Berikut ini adalah contoh definisi yang memasukan unsur maksud atau tujuan yaitu: *Those situation in which a source transmits a message to a receiver with conscious intent to affect the latter's behaviors* (Situasi di mana sumber mengirimkan pesan kepada penerima dengan maksud secara sadar untuk mempengaruhi perilaku penerima). Sedangkan definisi yang tidak mengandung unsur tujuan adalah: *Human*

communication has occurred when a human being responds to a symbol (Komunikasi manusia terjadi ketika manusia memberikan respon terhadap suatu symbol).

Yang *ketiga* adalah dimensi *penilaian* atau *normatif*. Beberapa definisi memasukan unsur keberhasilan, efektivitas atau keakuratan, sementara definisi lainnya tidak memasukan unsur penilaian atau keberhasilan dari komunikasi tersebut. Sebagai contoh definisi yang mengandung unsur keberhasilan dalam hal ini terjadi pertukaran ide atau gagasan diantara mereka yang berkomunikasi : *Communication is the verbal interchange of a thought or idea* (Komunikasi adalah pertukaran verbal mengenai suatu pemikiran atau gagasan). Pada definisi ini komunikasi mengharuskan adanya pertukaran pemikiran atau ide di antara mereka yang berkomunikasi. Sedangkan definisi lainnya tidak mengharuskan hasil komunikasi itu berhasil dicapai atau tidak, misalnya pada definisi : *Communication is the transmission of information* (Komunikasi adalah transmisi informasi). Pada definisi ini yang pokok adalah adanya penyampaian informasi, tidak mengharuskan informasi itu diterima atau dipahami oleh pihak lainnya.

Selain perbedaan definisi berdasarkan ketiga dimensi yang dikemukakan oleh Frank Dance, para ahli juga melihat atau membagi definisi berdasarkan proses. Dalam menjelaskan hal ini Miller (2005) dengan mengutip pendapat Robert Craig menjelaskan bahwa dalam memahami komunikasi dapat dilihat dari dua model pemahaman, yaitu model *transmisi* dan model *konstitutif*. Dalam model transmisi komunikasi dipahami sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan atau penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lainnya. Sedangkan dalam model konstitutif komunikasi dipahami sebagai proses pokok yang memproduksi dan mereproduksi makna. Dalam pandangan model konstitutif komunikasi tidak dipandang sebagai proses sekunder yang dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti faktor psikologis, sosiopsikologis, budaya atau ekonomi, melainkan sebagai proses primer atau utama yang menentukan proses sosial lainnya.

4.3 Konseptualisasi Komunikasi

Pada bagian sebelumnya kita sudah membahas pengertian komunikasi dengan melihat bagaimana definisi-definisi yang dikemukakan oleh para ahli. Pada bagian ini akan dipaparkan tentang konseptualisasi komunikasi artinya bagaimana komunikasi dipahami oleh para ahli. Bagaimana proses komunikasi terjadi.

Dalam membahas konseptualisasi tentang komunikasi West dan Turner (2009) mengemukakan bahwa proses komunikasi ada tiga jenis, yaitu sebagai *aksi*, *interaksi* dan *transaksi*. Dengan istilah lain komunikasi dapat bersifat linier, interaksional dan transaksional.

Konseptualisasi pertama komunikasi sebagai *aksi* atau bersifat *linier*, artinya komunikasi merupakan proses satu arah. Sumber atau komunikator (ada proses *encoding*) menyampaikan pesan melalui saluran kepada penerima pesan (ada proses *decoding*) untuk memperoleh respons tertentu. Dari proses komunikasi tersebut ada beberapa komponen komunikasi, yaitu sumber atau komunikator, *encoding*, pesan, saluran, penerima pesan, *decoding* dan respons.

Komponen pertama adalah sumber atau komunikator. Sumber atau komunikator adalah pihak yang mempunyai ide atau gagasan dan berinisiatif untuk berkomunikasi. Pada diri komunikator terjadi proses *encoding* yaitu proses merumuskan ide atau gagasan kedalam bentuk pesan. *Encoding* bersifat internal karena terjadi dalam diri komunikator.

Komponen kedua adalah pesan. Pesan merupakan hasil proses *encoding* yang dilakukan oleh sumber atau komunikator. Pesan bersifat eksternal karena berada di luar diri sumber atau komunikator, oleh karena itu oleh pihak lain pesan dapat diartikan berbeda dengan yang dimaksudkan komunikator.

Komponen ketiga adalah saluran. Saluran adalah sesuatu yang bersifat fisik yang memungkinkan sampainya pesan dari sumber kepada penerima pesan. Dalam komunikasi tatap muka yang menjadi saluran berupa udara. Dalam komunikasi dengan menggunakan media, saluran dapat berupa telepon, internet, atau media massa seperti surat kabar, radio, atau televisi.

Komponen keempat adalah penerima pesan. Penerima pesan adalah pihak yang menerima pesan dari komunikator. Pada diri penerima pesan terjadi proses decoding, yaitu proses menafsirkan pesan yang disampaikan sumber/komunikator. Sebagaimana proses *encoding*, proses *decoding* pun bersifat internal, karena terjadi pada diri penerima pesan.

Komponen kelima adalah respons. Respons adalah keputusan yang diambil oleh penerima pesan untuk menerima atau menolak pesan yang disampaikan sumber/komunikator. Bentuk menerima terhadap pesan yang disampaikan sumber misalnya menyetujui apa yang disarankan sumber atau melakukan tindakan sesuai dengan yang dianjurkan sumber atau komunikator. Sedangkan penolakan terhadap pesan yang disampaikan sumber atau komunikator misalnya tidak menyetujui apa yang disarankan oleh sumber atau komunikator atau tidak menjalankan tindakan yang disarankan sumber/komunikator.

Konseptualisasi kedua adalah komunikasi sebagai interaksi atau bersifat interaksional. Berbeda dengan komunikasi sebagai aksi yang bersifat linier, satu arah, pada konseptualisasi komunikasi sebagai interaksi bersifat dua arah. Dalam proses ini terjadi pertukaran pesan antara sumber atau komunikator dengan penerima pesan. Komunikator dan penerima pesan dapat bergantian sebagai pengirim dan penerima pesan.

Konsep penting dalam komunikasi interaksional adalah adanya *feedback* (umpan balik). *Feedback* merupakan pesan dari penerima pesan yang disampaikan kepada sumber atau komunikator setelah terjadinya penerimaan pesan. *Feedback* berguna bagi sumber untuk mengetahui sejauhmana pesan diterima oleh penerima pesan, seberapa paham penerima pesan dalam menafsirkan pesan. *Feedback* dapat dijadikan sebagai masukan bagi sumber untuk memperbaiki komunikasi selanjutnya. Oleh karena itu *feedback* dapat diartikan sebagai informasi yang ada pada diri penerima pesan yang berguna bagi sumber untuk memperbaiki komunikasi selanjutnya. *Feedback* dapat berupa pesan verbal maupun nonverbal. Dalam bentuk

verbal misalnya dalam suatu perkuliahan seorang mahasiswa mengajukan pertanyaan kepada dosen. Dalam bentuk nonverbal misalnya dalam suatu perkuliahan ada beberapa mahasiswa yang mengantuk, atau yang di belakang ngobrol. Mahasiswa yang mengantuk atau ngobrol adalah *feedback* bagi dosen untuk memperbaiki komunikasinya, misalnya dengan lebih mengeraskan suaranya supaya mahasiswa yang mengantuk terbangun dan yang ngobrol jadi menyimak.

Selain *feedback* komponen lainnya dalam pemahaman komunikasi sebagai interaksi adalah bidang pengalaman (*field of experience*). Bidang pengalaman ini misalnya berupa pengalaman hidup seseorang, lingkungan keluarganya, lingkungan masyarakatnya dan kebudayaannya. Bidang pengalaman ini akan mempengaruhi pada bagaimana orang itu berkomunikasi. Bidang pengalaman ini menentukan pada proses komunikasi di antara kedua belah pihak. Semakin banyak kesamaan bidang pengalaman, akan semakin mudah komunikasi diantara mereka. Semakin banyak perbedaan relatif lebih sulit dalam berkomunikasi.

Konseptualisasi ketiga adalah komunikasi sebagai transaksional. Pada pemahaman komunikasi sebagai transaksional mengakui adanya proses pengiriman dan penerimaan pesan, adanya komponen *feedback*, dan bidang pengalaman. Dalam pandangan transaksional tidak penting istilah pengirim dan menerima pesan. Keduanya dipandang sebagai partisipan komunikasi, mereka yang terlibat dalam peristiwa komunikasi. Pandangan transaksional menyatakan bahwa dalam proses komunikasi ada saling mempengaruhi diantara mereka yang berkomunikasi. Bukan saja pesan yang berasal dari si A mempengaruhi si B, akan tetapi reaksi si B juga mempengaruhi si A. Saling mempengaruhi selama proses komunikasi berlangsung dengan saling mengamati dan memberi makna pada pesan baik verbal maupun nonverbal. Pengiriman dan penerimaan pesan terjadi secara terus menerus dan kedua belah pihak bekerja sama dalam penciptaan makna. Dengan demikian akan terjadi dinamika dan perkembangan proses

komunikasi. Kedua belah pihak ada saling ketergantungan dan bertanggung jawab terhadap keberhasilan komunikasi.

Dalam membahas konseptualisasi komunikasi transaksional Miller (2005) mengemukakan bahwa ada dua pandangan, yaitu pandangan *konvergen* dan pandangan *divergen*. Pandangan konvergen adalah pandangan para ahli secara luas menyepakati bahwa komunikasi merupakan proses transaksional dan simbolik. Jadi di sini ada tiga konsep kunci, yaitu proses, transaksional, dan simbolik.

Pandangan konvergen. Dalam pandangan konvergen konsep pertama adalah proses. Proses menunjukkan bahwa komunikasi ada tahapan-tahapan, berkesinambungan dan kompleks, serta tidak dapat diisolasi, dalam arti bahwa komunikasi terjadi seiring berjalannya waktu. Misalnya saja kita ambil contoh komunikasi antara anak dan orang tuanya. Orang tuanya menegur anaknya yang setelah bermain tidak membersihkan, merapikan dan membereskan lagi mainannya. Sepintas peristiwa komunikasi ini terlihat sederhana. jika kita memandang komunikasi sebagai suatu proses tidak sesederhana itu. Komunikasi tersebut dipengaruhi oleh perilaku sebelumnya antara anak dan orang tuanya tersebut, misalnya anaknya punya kebiasaan setelah menggunakan mainannya tidak pernah membersihkan dan membereskannya lagi. Mungkin juga karena orang tuanya sedang dalam keadaan stress, bisa juga karena kakak anak itu setelah menggunakan mainannya selalu membersihkan, dan mebereskannya kembali. Mungkin juga karena orang tua si Bapak itu akan datang berkunjung ke rumahnya, sehingga rumah harus dalam keadaan bersih dan rapi. Dengan kata lain, ketika kita melihat komunikasi sebagai suatu proses, kita melihat bahwa suatu peristiwa komuniksai dipengaruhi secara kompleks oleh peristiwa masa lalu dan juga akan mempunyai implikasi penting di masa depan.

Konsep kedua adalah transaksional. transaksional menunjukkan bahwa proses komunikasi tidak hanya bersifat linier, satu arah (komunikasi sebagai aksi). Demikian juga tidak hanya mempertimbangkan adanya feedback (komunikasi

sebagai interaksi), akan tetapi berpandangan lebih maju dengan melihat komunikasi sebagai proses saling mempengaruhi secara konstan diantara partisipan komunikasi selama komunikasi berlangsung. Pandangan transaksional melihat sebagai suatu sistem, diantara pihak yang berkomunikasi tidak bisa dipisahkan, ada hubungan fungsional yang saling mendukung. Perubahan pada satu pihak misalnya audience akan mempengaruhi pada pihak lainnya sumber.

Selain itu dalam pandangan transaksional dipertimbangkan masalah konteks di mana komunikasi itu berlangsung. Apakah komunikasi itu berlangsung dalam situasi formal dalam suatu pertemuan resmi suatu organisasi atau dalam konteks percakapan informal antar pribadi di kafe misalnya. Antara kedua situasi tersebut pesan yang dipertukarkan akan mempunyai makna yang berbeda. Misalnya komen seorang karyawan yang disampaikan dalam pertemuan resmi tentang kinerja organisasi akan berbeda makna dibandingkan disampaikan pada waktu istirahat makan siang di kafe.

Konsep yang ketiga adalah simbolik. Manusia adalah makhluk simbolik. Artinya makhluk yang mengerti dan memahami simbol-simbol. Berbeda dengan hewan yang tidak memahami simbol seperti manusia. Komunikasi disebut sebagai proses simbolik karena dalam berkomunikasi manusia menggunakan simbol untuk menyampaikan pikiran dan perasaannya. Manusia tidak dapat menyampaikan pikiran dan perasaannya secara langsung harus melalui simbol-simbol. Demikian pula sebaliknya kita tidak dapat memahami pikiran perasaan orang lain, kecuali orang itu mengekspresikannya dalam bentuk simbol-simbol. Simbol dapat berupa suara, gambar, gerakan, kata-kata dan lain-lain yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Samovar dkk (2010) mengemukakan bahwa simbol merupakan ekspresi yang menandakan sesuatu yang lain. Simbol tidak memiliki hubungan langsung dengan apa yang diwakilinya, sehingga dapat berubah-ubah. Manusia menggunakan simbol bukan hanya dalam berinteraksi,

penyimbolan memungkinkan suatu budaya diwariskan dari suatu generasi ke generasi berikutnya.

Pandangan Divergen. Pandangan divergen artinya diantara para ahli terdapat ketidak sepakatan atau perbedaan pendapat mengenai konseptualisasi komunikasi. Perbedaan tersebut dalam hal *komunikasi sebagai aktifitas sosial* dan *niat atau tujuan komunikasi*.

Yang pertama komunikasi sebagai aktifitas sosial. Ada perbedaan pendapat, apakah komunikasi memerlukan atau mensyaratkan keterlibatan dua atau lebih orang (komunikasi interpersonal atau komunikasi kelompok) atau komunikasi dapat terjadi dalam keadaan sendirian, dalam diri seseorang (komunikasi intrapersonal).

Kelompok ahli yang pertama berpendapat bahwa komunikasi sebagai aktifitas sosial mensyaratkan keterlibatan minimal dua orang atau lebih. Sedangkan komunikasi dengan diri sendiri (komunikasi intrapersonal) bukanlah peristiwa komunikasi, melainkan proses kognitif atau berpikir. Sementara itu kelompok ahli yang kedua berpendapat bahwa komunikasi interpersonal berbeda dengan berpikir. Komunikasi interpersonal lebih luas daripada berpikir. Namun demikian para ahli kelompok pertama pun mengakui pentingnya komunikasi intrapersonal dalam proses komunikasi interpersonal dan komunikasi lainnya. Misalnya dengan munculnya pembahasan teori produksi pesan, teori pemrosesan pesan. Lebih jauh teori-teori yang melihat secara khusus pada masalah intrapersonal dan perseptual merupakan cara untuk memahami dunia simbolik. Dengan demikian proses kognisi, persepsi dan komunikasi intrapersonal merupakan kajian yang penting dalam memahami proses komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan seterusnya.

Yang kedua adalah masalah apakah komunikasi mensyaratkan adanya tujuan untuk berkomunikasi atau tidak. Kelompok ahli yang pertama berpendapat bahwa komunikasi harus ada tujuan, ada niat untuk berkomunikasi, harus ada kesengajaan untuk berkomunikasi. Kelompok ini diwakili oleh antara lain Bargoon dan Rafner, dan George R. Miller. Menurut

mereka komunikasi terjadi jika hanya ada tujuan yang jelas pada pihak sumber untuk berkomunikasi. Sementara itu kelompok ahli yang kedua yang dikenal dengan tim Polo Alto yang mengemukakan ungkapan "one can not not communicate" (manusia tidak dapat tidak berkomunikasi) berpendapat bahwa makna secara inheren berada dalam perilaku manusia. Setiap manusia setiap saat selalu berperilaku. Perilaku yang diamati dan diberi arti atau makna akan menjadi pesan, sehingga memungkinkan terjadinya komunikasi. Misalnya ada seorang mahasiswa di kampus yang mengenakan celana jeans yang bolong-bolong dan lusuh, maka perilakunya tersebut mengundang perhatian mahasiswa lainnya dan memberi makna atau arti sebagai mahasiswa yang tidak memiliki celana yang bagus, atau malas untuk mencuci pakaian atau memang senang memakai pakaian yang sudah lusuh. Arti atau makna yang diberikan pada perilaku tersebut bisa beraneka ragam.

Memang jika pemberian makna atau arti pada perilaku atau akibat dari suatu perilaku dianggap sebagai peristiwa komunikasi akan membawa konsekuensi pada luasnya ruang lingkup komunikasi, dan komunikasi hampir identik dengan perilaku. Namun demikian para ahli sepakat pentingnya pemberian arti atau makna pada perilaku nonverbal baik yang sengaja maupun yang tidak sengaja, atau tidak disadari terekspresikan dalam proses komunikasi yang sedang berlangsung, karena akan mempengaruhi pada efektifitas komunikasi.

Untuk mengambil jalan tengah para ahli memperkenalkan perspektif sumber dan penerima. Berikut ini penulis uraikan penjelasannya seperti yang dikutip Miller (2005) bahwa pada awal tahun 1990-an para ahli seperti Peter anderson (1991), Janet Beavin (1990), Wayne Beach (1990), Theodore clevenger (1991) dan Michael Motley (1990) memperkenalkan perspektif sumber dan perspektif penerima .

Michael Motley mewakili perspektif sumber menyatakan bahwa sumber harus mempunyai tujuan dan sasaran yang dituju. Misalnya kita ambil contoh seorang mahasiswa datang ke kampus dengan mengenakan baju warna merah. Dia

mengenakan baju warna merah dengan tujuan agar mahasiswi yang ditaksirnya memperhatikan dan senang dengan baju warna merah. Peristiwa ini jika dilihat dari perspektif sumber merupakan peristiwa komunikasi.

Sebaliknya Peter Anderson mewakili perspektif penerima yang berargumentasi bahwa beberapa perilaku yang diterima (diperhatikan) dianggap sebagai komunikasi. Kita ambil contoh tadi mahasiswa yang ke kampus mengenakan baju warna merah. Dia tidak mempunyai tujuan apapun termasuk ingin diperhatikan seseorang mahasiswi, hanya sekedar senang saja mengenakan baju warna merah. Akan tetapi jika para mahasiswa dan mahasiswi memperhatikan dan memberi makna pada pakaian yang dikenakan mahasiswa tersebut, maka jika dilihat dari perspektif penerima itu menjadi peristiwa komunikasi. Sedangkan jika dilihat dari perspektif sumber, bukan merupakan peristiwa komunikasi.

Kemudian Bargoon dan Hubler mengemukakan perspektif pesan. Menurut mereka perilaku-perilaku yang secara wajar dapat berfungsi sebagai pesan dalam komunitas tutur tertentu. Jika suatu perilaku dikodekan dengan sengaja dan ditafsirkan sebagai sesuatu yang bermakna oleh penerima atau pengamat, tidak menjadi masalah jika, pada kesempatan tertentu, perilaku tersebut dilakukan secara tidak sadar atau tidak disengaja. Dengan demikian perspektif pesan hampir sama dengan perspektif penerima, hanya lebih menekankan pada pemberian makna pada pesannya atau prilakunya.

Kemudian yang menjadi perdebatan lainnya adalah yang berkaitan perbedaan antara pesan verbal, pesan analogik, dan pesan simptomatik. Seperti yang dikutip Miller Anderson dan Montley menjelaskan perbedaan ketiga jenis pesan tersebut dengan contoh sebagai berikut:

Perilaku/pesan simptomatik misalnya Anda sedang berbicara dengan teman melalui telepon, kemudian karena Anda cape Anda menguap. Menguap karena cape adalah perilaku atau pesan simptomatik. Pesan verbal, misalnya Anda ditelepon teman Anda pada jam 11 malam baru pulang kerja dan Anda dalam keadaan cape. Anda menyampaikan kepada teman Anda

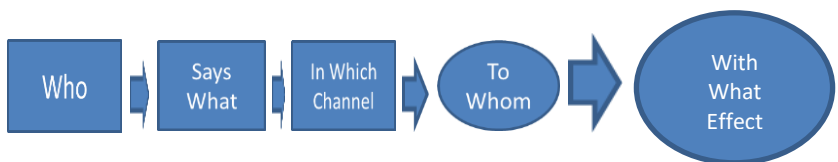
bahwa Anda baru pulang kerja dan cape, agar telefon besok saja. Kemudian pesan analogik misalnya Anda mendapat telefon dari teman Anda, sementara Anda tidak mau menerimanya, maka Anda berpura pura menguap, agar teman Anda mengakhiri telefonnya.

4.4 Beberapa Model Dasar Komunikasi

1. Model Lasswell.

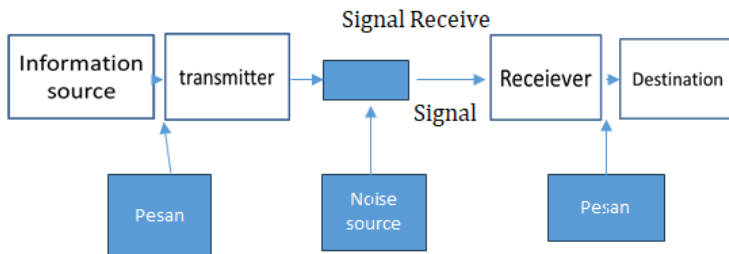
Model ini dikemukakan oleh Lasswell pada tahun 1948. Model Lasswell merupakan model yang paling dikenal di kalangan mahasiswa komunikasi, saking terkenalnya sering dikutip dijadikan sebagai model atau teori dalam penyusunan skripsi. Sebenarnya model Lasswell muncul dari penjelasan Lasswell mengenai apa itu komunikasi. Menurut Lasswell jika kita ingin mengetahui apa itu komunikasi, jawablah pertanyaan sebagai berikut: *Who says what in which channel to whom with what effect*. Model ini menjelaskan proses komunikasi dengan mencantumkan komponen-komponen penting komunikasi yaitu:

Who	= sumber atau komunikator
Says what	= pesan
In which channel	= saluran
To whom	= komunikan
With what effect	= efek



Jadi menurut Lasswell komunikasi itu adalah proses komunikator menyampaikan pesan melalui saluran kepada komunikan dengan efek tertentu. Dilihat dari prosesnya model Lasswell termasuk model linier. Proses komunikasi berlangsung searah, hanya sampai pada efek.

2. Model Shannon-Weaver

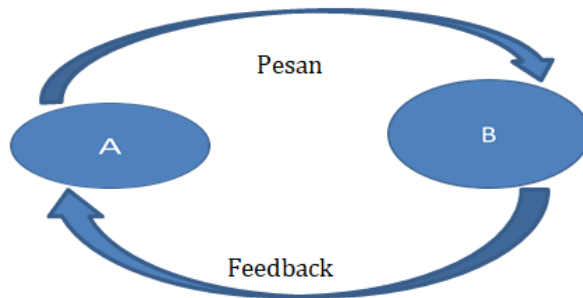


Sumber: Severin dan Tankard (diterjemahkan Sugeng Haryanto), Prenada media, Jakarta, 2005.

Model ini dikemukakan pada tahun 1949 oleh Shannon dan Weaver. Seperti halnya model Lasswell, model ini termasuk model komunikasi linier. Proses komunikasi berlangsung searah. Proses komunikasi berlangsung sebagai berikut : sumber informasi menyampaikan pesan, kemudian pesan tersebut oleh transmitter diubah menjadi signal. Signal ini bisa mengalami gangguan. Kemudian signal diubah oleh receiver menjadi pesan kembali, kemudian sampailah pada *destination* (tujuan).

Contoh proses komunikasi dengan menggunakan model ini misalnya kita berkomunikasi dengan kawan kita menggunakan pesawat telefon. Kita (*information source*) menyampaikan pesan dengan berbicara di pesawat telefon kita. Pesawat telefon kita (transmitter) mengubah pesan/suara kita menjadi signal. Kemudian signal oleh pesawat telefon kawan kita (*receiver*) diubah menjadi pesan lagi, dan sampailah pesan kita kepada kawan kita.

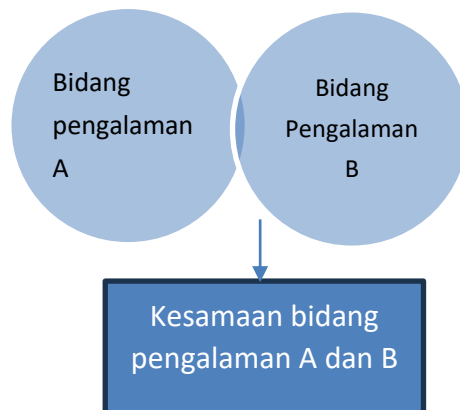
3. Model Interaksional



Sumber: Deddy Mulyana (disederhanakan), Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Remaja Rosda Karya, Bandung, 2001.

4. Model Transaksional

Pada model transaksional ada perpotongan atau *overlapping of interest* antara bidang pengetahuan dan pengalaman antara pihak yang berkomunikasi misalnya antara A dan B. semakin banyak kesamaan antara A dan B, maka semakin luas bidang perpotongannya, artinya semakin mudah proses komunikasi menuju kesepakatan. Semakin kecil bidang perpotongan antara bidang pengalaman dan pengetahuan A dan B, maka semakin sulit proses komunikasi menuju kesamaan makna.



Sumber: Lynn and Turner (disederhanakan) Pengantar Teori Komunikasi (2009)

DAFTAR PUSTAKA

- Deddy, M. (2001) *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. III. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O.U. (2007) *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. III. Bandung: PT. Aditya Citra Bakti.
- Fisher, A. (1986) *Teori-Teori Komunikasi*. Edited by J. Rakhmat. Bandung: Remadja Karya CV.
- Larry A. Samovar, Richard E. Porter, E.R.M. (2010) *Komunikasi Lintas Budaya*. 7th edn. Edited by I. Margaretha. Jakarta: Saslemba Humanika.
- Littlejohn, S.W., Foss, K.A. and Oetzel, J.G. (2017) *Theories of Human Communication*. Elevent Ed. New York: Waveland Press, Inc.
- Lynn, W.R.& T. (2009) *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. I. Edited by N. Setyaningsih. Jakarta: Salemba Humanika.
- Miller, K. (2005) *Communication Theories*. New York: Mc Graw Hill.
- Mulyana, D. (2017) *Ilmu Komunikasi suatu Pengantar*. revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.

BAB 5

FUNGSI DAN PENGARUH MODEL KOMUNIKASI

Oleh Silvia AR

5.1 Pendahuluan

Komunikasi adalah sebuah kunci untuk keberhasilan dalam segala aspek kehidupan baik di dunia kerja maupun dunia pendidikan. Apabila komunikasi berlangsung secara efektif maka penyampaian informasi dalam dinamika kerja maupun perkembangan di lingkungan pendidikan pun akan berjalan lancar sehingga dapat mempercepat pencapaian suatu tujuan.

Proses komunikasi melibatkan banyak faktor atau unsur di dalamnya. Ini mencakup pelaku atau peserta, pesan (yang mencakup bentuk, isi, dan cara penyajiannya), saluran atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, waktu, tempat, hasil atau akibat yang terjadi, hambatan yang muncul, serta situasi atau kondisi saat proses komunikasi berlangsung.

Model komunikasi adalah gambaran sederhana tentang apa yang diperlukan untuk terjadinya komunikasi. Ini dilakukan dengan cara merepresentasikan secara abstrak ciri-ciri pentingnya dan menghilangkan rincian yang tidak penting, model komunikasi merupakan gambaran yang baik tentang apa yang dibutuhkan dalam komunikasi. Para spesialis dapat menggunakan kata-kata, angka, gambar, dan diagram untuk menjelaskan berbagai gaya komunikasi. Model komunikasi dirancang sebagai proses dinamis untuk mengidentifikasi komponen-komponen komunikasi serta hubungannya satu sama lain (Nofrion, 2016).

Untuk penjabaran lebih lanjut akan dibahas pada bagian chapter ini fungsi dan pengaruh model komunikasi,

5.2 Fungsi Model Komunikasi

Komunikasi sebagai ilmu yang mengamati tingkah laku manusia dalam berkomunikasi dapat diilustrasikan dalam berbagai model. Model-model komunikasi dirancang untuk memfasilitasi pemahaman tentang komunikasi dan untuk menggambarkan variasi bentuk komunikasi yang terjadi dalam interaksi manusia (Cangara, 2011).

Menurut Sereno dan Mortensen, model komunikasi adalah gambaran ideal mengenai apa yang diperlukan agar komunikasi terjadi. Model ini secara abstrak merepresentasikan karakteristik penting komunikasi dengan menghilangkan detail yang tidak relevan dalam konteks dunia nyata (Muhammad, 2009) Gordon Wiseman dan Lerry Barker mengemukakan bahwa model komunikasi memiliki tiga fungsi utama: pertama, menggambarkan proses komunikasi secara visual; kedua, menunjukkan hubungan antar komponen secara jelas; ketiga, membantu dalam mengidentifikasi serta memperbaiki masalah atau hambatan yang terjadi dalam komunikasi (Mulyana, 2004).

Dalam konteks komunikasi, model-model yang sering digunakan untuk menjelaskan proses komunikasi antara individu atau kelompok memiliki beberapa fungsi kunci, seperti yang dijelaskan oleh Deutsch (Tahalele et al., 2023):

1. Organisasi: Mengorganisir kemiripan data dan hubungan yang sebelumnya tidak teramati.
2. Heuristik: Menyediakan heuristik untuk menemukan fakta-fakta dan metode baru yang sebelumnya tidak diketahui.
3. Prediktif: Memungkinkan untuk melakukan prediksi, mulai dari jenis pertanyaan sederhana seperti ya atau tidak hingga pertanyaan kuantitatif tentang kapan dan seberapa banyak.
4. Pengukuran: Berfungsi sebagai alat untuk mengukur fenomena yang telah diprediksi.

Model-model komunikasi tidak hanya membantu mengorganisir pemahaman kita tentang proses komunikasi, tetapi juga membantu dalam mengembangkan kemampuan prediktif dan praktis dalam berkomunikasi secara efektif.

Model komunikasi menggambarkan bagaimana proses komunikasi berlangsung, termasuk bagaimana pesan dikirim dari pengirim (sender) melalui saluran komunikasi kepada penerima (receiver) (Wibowo, 2013).

Fungsi-fungsi model komunikasi tersebut sebagai dasar untuk mengevaluasi suatu model:

1. Generalitas dan Efektivitas Model:

- a. Seberapa umum (general) model tersebut mengacu pada sejauh mana model dapat diterapkan pada berbagai konteks atau kasus yang berbeda dalam bidang yang relevan.
- b. Evaluasi juga mencakup seberapa banyak bahan yang dapat diorganisasikan oleh model tersebut, serta seberapa efektif model tersebut dalam mengorganisasikan informasi untuk tujuan analisis atau prediksi.

2. Heuristik Model:

Kriteria ini menilai seberapa heuristik model tersebut, yaitu sejauh mana model dapat membantu dalam menemukan atau mengidentifikasi hubungan-hubungan baru antara variabel, fakta baru, atau bahkan model-model alternatif yang dapat memperkaya pemahaman dalam bidang penelitian tertentu.

3. Signifikansi Prediksi:

- a. Seberapa penting prediksi yang dibuat oleh model dalam konteks bidang penelitian. Ini mencakup seberapa relevan dan berdampak prediksi tersebut terhadap pemahaman atau pengembangan lebih lanjut dalam bidang studi tersebut.
- b. Selain itu, evaluasi juga mempertimbangkan seberapa strategis prediksi tersebut dalam tahap perkembangan bidang penelitian, apakah dapat memandu penelitian lebih lanjut atau memberikan arah baru dalam pemecahan masalah.

4. Akurasi Pengukuran:

Fokus pada seberapa akurat pengukuran yang dapat dikembangkan dengan menggunakan model tersebut. Akurasi di sini mengacu pada tingkat keakuratan dan kehandalan hasil pengukuran yang dihasilkan oleh model dalam konteks aplikasi praktis atau eksperimental.

Dengan mengevaluasi model berdasarkan keempat fungsi ini secara rinci, kita dapat mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang kemampuan dan relevansi model komunikasi dalam konteks studi atau aplikasi tertentu.

5.3 Model-Model Komunikasi

Terdapat ratusan model komunikasi yang pernah dipublikasikan di dunia. Setiap model itu tidak ada yang sempurna, karena model satu akan mengisi kekurangan yang ada pada model lainnya (Gamal, 2022). Berikut ada beberapa contoh model komunikasi dasar yang telah banyak digunakan oleh para ahli.

5.3.1 Model S-R (Model Komunikasi Linear)

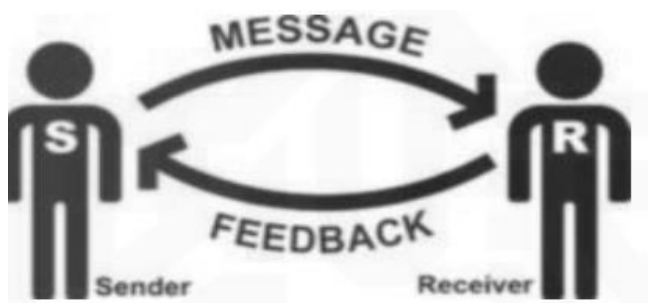
Pertama, model SR atau model stimulus-respon adalah sebuah model komunikasi yang dipengaruhi oleh aliran psikologi behavioristik. Model ini menggambarkan perilaku manusia berdasarkan pada reward (ganjaran setimpal) dan punishment (sanksi setimpal) (Yusuf, 2021). Dengan demikian, model ini mengilustrasikan hubungan stimulus-respon di antara para peserta komunikasi, menunjukkan proses aksi-reaksi (baik positif-positif maupun negatif-negatif), dan menekankan bahwa setiap respons dapat mempengaruhi tindakan komunikasi berikutnya. Kritik terhadap model ini menyatakan bahwa komunikasi dianggap statis,

perilaku dipandang sebagai respons terhadap faktor eksternal, dan tidak memperhitungkan kehendak atau kemauan bebas individu.

S-R (*Stimulus-Response*) dalam konteks komunikasi mengasumsikan bahwa stimulus tertentu, seperti kata-kata

verbal, isyarat nonverbal, gambar, atau tindakan, akan merangsang orang lain untuk memberikan respons tertentu. Contohnya, ketika seseorang tersenyum, respons yang diharapkan adalah balasan senyuman dari orang lain. Begitu pula ketika seorang wanita tersipu malu, respons yang mungkin adalah pemahaman atau tanggapan terhadap perasaannya yang terlihat.

Dalam konteks komunikasi, model ini sering digunakan untuk menggambarkan bagaimana pesan atau tindakan dapat mempengaruhi respons orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal. Hal ini membantu dalam memahami dinamika interaksi antarindividu dan bagaimana komunikasi dapat menghasilkan efek atau reaksi tertentu dari penerima pesan.



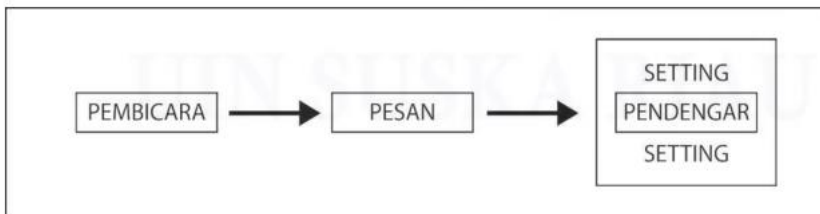
Gambar 5.1. Model Stimulus-Respon
Sumber : rizkife.blogspot.com

5.3.2 Model Aristoteles

Model Aristoteles adalah salah satu model komunikasi paling klasik yang sering disebut sebagai model retorik. Aristoteles mengemukakan bahwa komunikasi terjadi ketika seorang pembicara menyampaikan pidatonya kepada pendengar dalam upaya untuk mengubah sikap mereka. Model ini menekankan tiga unsur dasar dalam proses komunikasi, yaitu pembicara (*speaker*), pesan (*message*), dan pendengar (*listener*).

Fokus utama komunikasi dalam pandangan Aristoteles adalah komunikasi retorik, yang saat ini lebih dikenal dengan istilah komunikasi publik atau pidato. Dalam konteks ini,

komunikasi bukan hanya tentang penyampaian informasi, tetapi juga tentang mempengaruhi pendengar melalui argumentasi yang meyakinkan, gaya berbicara yang efektif, dan penggunaan logika yang kuat untuk mencapai tujuan tertentu dalam situasi komunikasi publik.



Gambar 5.2. Model Aristoteles
Sumber : Rudytahu.blogspot.com

5.3.3 Model Lasswell

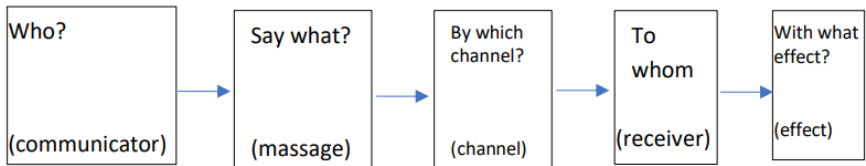
Model komunikasi Lasswell dirumuskan dalam bentuk pertanyaan yang mencakup lima elemen utama: *who* (siapa), *says what* (apa yang dikatakan), *in which channel* (melalui saluran apa), *to whom* (kepada siapa), *with what effect* (dengan efek apa).

Selain itu, Lasswell juga mengemukakan tiga fungsi komunikasi yang penting:

1. Pengawasan Lingkungan (*Surveillance*) : Komunikasi berfungsi sebagai alat untuk mengawasi lingkungan, dengan memberi tahu anggota masyarakat tentang bahaya dan peluang yang ada di lingkungan mereka. Ini termasuk dalam mendapatkan informasi, berita, atau laporan tentang situasi yang relevan.
2. Korelasi (*Correlation*) : Komunikasi membantu dalam menghubungkan atau mengkoordinasikan berbagai bagian terpisah dalam masyarakat agar merespons secara efektif terhadap perubahan dalam lingkungan mereka. Ini melibatkan proses komunikasi yang memungkinkan individu atau kelompok untuk bekerja sama atau beradaptasi dengan perubahan sosial, politik, atau ekonomi.

3. Transmisi Warisan Sosial (*Transmission of Social Heritage*) : Komunikasi juga berfungsi sebagai sarana untuk mentransmisikan nilai-nilai, norma-norma, tradisi, dan pengetahuan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Hal ini membantu dalam mempertahankan dan mengembangkan warisan budaya dan sosial masyarakat dari waktu ke waktu.

Dengan demikian, model komunikasi Lasswell tidak hanya mempertimbangkan proses pengiriman pesan dan penerimaannya, tetapi juga menyoroti fungsi-fungsi komunikasi yang lebih luas dalam konteks sosial dan budaya.



Gambar 5.3. Model Lasswell
Sumber : Syafitris.blogspot.com

5.3.4 Model Shannon dan Weaver

Model Shannon dan Weaver adalah salah satu model komunikasi yang menyoroti proses penyampaian pesan berdasarkan tingkat kecermatannya. Berikut adalah konsep utama dari model ini:

1. Sumber (*Source*) : Sumber informasi yang menghasilkan atau menciptakan pesan untuk dikomunikasikan. Ini bisa berupa individu, kelompok, atau mesin yang menghasilkan pesan.
2. (*Transmitter*) : Bagian dari model yang mengubah pesan menjadi format yang sesuai untuk dikirimkan melalui saluran komunikasi. Contohnya adalah mekanisme suara manusia yang menghasilkan kata-kata yang terucap.
3. Saluran (*Channel*) : Medium atau jalur yang digunakan untuk mengirimkan sinyal atau pesan dari transmitter ke

receiver. Misalnya, udara sebagai saluran untuk suara yang terucapkan.

4. Penerima (*Receiver*) : Bagian dari model yang menerima sinyal atau pesan yang dikirimkan melalui saluran dan mengubahnya kembali ke bentuk yang dapat dimengerti. Contohnya adalah mekanisme pendengaran manusia yang mendengarkan dan memahami kata-kata yang terucapkan.
5. Destinasi (*Destination*): Tujuan atau orang yang menjadi target pesan yang disampaikan. Dalam konteks ini, orang yang menerima dan merespons pesan.
6. Gangguan (*Noise*) : Konsep penting dalam model ini adalah gangguan, yaitu segala jenis stimulus tambahan atau tidak dikehendaki yang dapat mengganggu kecermatan atau kejelasan pesan yang disampaikan. Gangguan dapat terjadi selama proses penyampaian pesan melalui saluran komunikasi, misalnya gangguan suara atau gangguan dalam penggunaan kata-kata.

Model Shannon dan Weaver memberikan kerangka kerja yang sistematis untuk memahami proses komunikasi sebagai suatu proses teknis yang melibatkan encoding, transmission, dan decoding pesan, serta mempertimbangkan gangguan yang mungkin terjadi dalam proses tersebut.

5.3.5 Model Wilbur Schramm

Wilbur Schramm mengembangkan serangkaian model komunikasi yang menambahkan dimensi interpersonal dan pengalaman bersama antara sumber dan sasaran. Berikut adalah ringkasan dari model-model komunikasi yang dikemukakan oleh Schramm:

1. Model Pertama (Mirip dengan Shannon dan Weaver) :
Model ini mirip dengan model Shannon dan Weaver yang menyoroti proses teknis komunikasi, termasuk sumber (*source*), pesan (*message*), saluran (*channel*), dan penerima (*receiver*). Fokus utama adalah pada transmisi pesan dari sumber ke penerima melalui saluran komunikasi.

2. Model Kedua (Kesamaan dalam Pengalaman) :

Schramm memperkenalkan gagasan bahwa yang sebenarnya dikomunikasikan adalah kesamaan dalam pengalaman antara sumber dan sasaran. Ini menekankan pentingnya konteks dan interpretasi bersama dalam proses komunikasi. Sumber dan penerima tidak hanya bertindak sebagai pengirim dan penerima pesan, tetapi juga berbagi pengalaman dan konteks yang mempengaruhi pemahaman dan respons terhadap pesan.

3. Model Ketiga (Interaksi Antar Pihak) :

Model ini menggambarkan komunikasi sebagai interaksi antara kedua pihak yang terlibat. Schramm menekankan bahwa komunikasi melibatkan proses kompleks di mana kedua pihak menyandi, menafsirkan, menyandi balik, mentransmisikan, dan menerima sinyal atau pesan. Ini menyoroti pentingnya aktivitas mental dan sosial yang terlibat dalam memahami dan merespons pesan.

Menurut Schramm, komunikasi senantiasa membutuhkan setidaknya tiga unsur utama: sumber (*source*), pesan (*message*), dan sasaran (*destination*). Namun, melalui model-modelnya, Schramm menambahkan nuansa yang lebih dalam tentang interaksi interpersonal, pengalaman bersama, dan proses interpretatif dalam komunikasi. Ini menggambarkan komunikasi sebagai fenomena yang kompleks, di mana konteks, pengalaman, dan relasi antarindividu memainkan peran penting dalam pemahaman dan efektivitas komunikasi.

6.3.6 Model Newcomb

Model ABX atau model simetri- Newcomb menggambarkan interaksi komunikatif antara dua individu, A dan B, terkait dengan subjek atau topik X. Model ini menekankan bahwa orientasi atau sikap individu A terhadap individu B dan terhadap topik X saling terkait dan membentuk sistem yang kompleks. Berikut adalah poin-poin utama dari model ini:

1. Individu A : Merupakan orang yang menyampaikan informasi atau pesan (informant) kepada individu B.
2. Individu B : Merupakan penerima atau penafsir pesan yang diterima dari individu A.
3. Topik X : Subjek atau topik yang dibahas dalam komunikasi antara A dan B.
4. Orientasi Terhadap B dan Terhadap X : Model ini mengasumsikan bahwa orientasi atau sikap individu A terhadap individu B dan terhadap topik X saling mempengaruhi dan membentuk suatu sistem yang terintegrasi.

Model Newcomb menafsirkan bahwa komunikasi dalam konteks ini adalah cara yang lazim dan efektif bagi individu untuk mengorientasikan diri terhadap lingkungan mereka. Ini menggambarkan komunikasi sebagai tindakan yang disengaja antara dua orang, di mana hubungan interpersonal dan konteks topik menjadi fokus utama. Model ini membantu dalam memahami bagaimana pesan-pesan dan informasi dibagikan, diterima, dan dipahami dalam interaksi komunikatif antara individu A dan B.

5.3.7 Model Berlo

Model David K. Berlo, dikenal dengan model SMCR, memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami proses komunikasi. Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai model ini (Yusuf, 2021):

1. Sumber (*Source*) : Merupakan pihak yang menciptakan atau menginisiasi pesan. Sumber bisa berupa individu atau kelompok yang memiliki niat untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada penerima.
2. Pesan (*Message*) : Adalah isi atau konten dari informasi yang ingin disampaikan oleh sumber kepada penerima. Pesan ini merupakan hasil dari proses menerjemahkan gagasan atau ide menjadi kode simbolik, seperti kata-kata, gambar, atau isyarat.

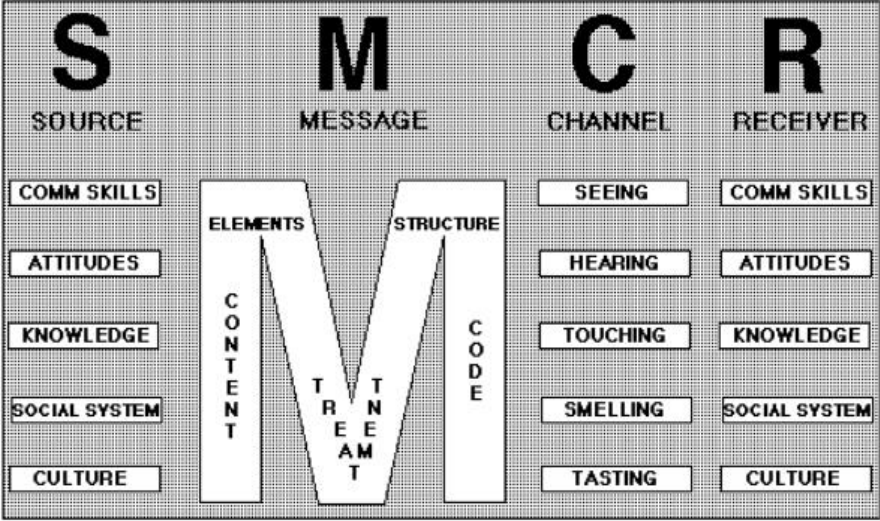
3. Saluran (*Channel*) : Merupakan medium atau jalur yang digunakan untuk sebagai saluran untuk komunikasi lisan, atau media seperti televisi, radio, dan internet untuk komunikasi massa.
4. Penerima (*Receiver*) : Individu atau kelompok yang menjadi sasaran atau tujuan dari pesan yang disampaikan oleh sumber. Penerima bertugas untuk menerima, memahami, dan merespons pesan yang diterimanya.

Model Berlo juga mengidentifikasi faktor-faktor personal yang mempengaruhi proses komunikasi, baik dari sumber maupun penerima:

1. Keterampilan Komunikasi : Kemampuan individu dalam menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif.
2. Pengetahuan : Tingkat pengetahuan tentang topik atau konten yang dikomunikasikan.
3. Sistem Sosial : Norma, nilai, dan aturan sosial yang mempengaruhi cara individu berkomunikasi.
4. Lingkungan Budaya : Konteks budaya yang memengaruhi pemahaman dan interpretasi pesan.

Pesan dalam model Berlo dikembangkan berdasarkan elemen-elemen seperti struktur, isi, perlakuan, dan kode. Model ini menekankan bahwa komunikasi tidak hanya terbatas pada komunikasi publik atau massa, tetapi juga mencakup komunikasi antarpribadi dan bentuk-bentuk komunikasi tertulis.

Kelebihan utama dari model Berlo adalah kesanggupannya dalam menggambarkan berbagai aspek dan dimensi dari proses komunikasi, serta fleksibilitasnya dalam mengaplikasikan konsep-konsep ini ke berbagai konteks komunikasi yang berbeda.



Gambar 5.4. Model Berlo
Sumber : sryngr.blogspot.com

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, H. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Gamal, T. (2022). *Model Komunikasi; Pengertian, fungsi, Manfaat & Contoh Model-Modelnya*. <https://serupa.id/model-komunikasi-pengertian-fungsi-manfaat-contoh-model-modelnya/>
- Muhammad, A. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara.
- Mulyana, D. (2004). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nofrion. (2016). *Komunikasi Pendidikan : Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi Dalam Pembelajaran*. Kencana.
- Tahalele, O., Suatrat, F., Telussa, S. I., Nahuway, J., Haryati, Muh, A., & Saputra, A. (2023). *Pemahaman Dan Penguasaan Model-Model Komunikasi*. 06, 3184–3192.
- Wibowo. (2013). *Perilaku Dalam Organisasi*. PT. Raja Grafindo Persada,.
- Yusuf. (2021). *Buku ajar pengantar ilmu komunikasi*. Penerbit Pustaka Ilmu.

BAB 6

TEORI KOMUNIKASI, BAHASA DAN MAKNA DALAM KOMUNIKASI

Oleh Desy Misnawati

6.1 Pendahuluan

6.1.1 Latar Belakang

Komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi adalah salah satu aspek fundamental dalam kehidupan manusia. Komunikasi memungkinkan manusia untuk berbagi informasi, ide, emosi, dan aspirasi. Tanpa komunikasi yang efektif, koordinasi dalam masyarakat modern tidak akan mungkin terjadi. Dalam setiap aspek kehidupan, baik itu personal, sosial, profesional, maupun pendidikan, komunikasi memegang peran kunci. Komunikasi membantu membangun dan memelihara hubungan antar individu dan kelompok. Melalui komunikasi, manusia dapat memahami satu sama lain, menyelesaikan konflik, dan bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Misalnya, dalam konteks keluarga, komunikasi yang baik memungkinkan hubungan yang harmonis antara anggota keluarga. Di tempat kerja, komunikasi yang efektif dapat meningkatkan produktivitas dan menciptakan lingkungan kerja yang positif.

Seperti yang dikemukakan oleh Littlejohn dan Foss (2011), "komunikasi adalah proses sosial yang esensial untuk membentuk dan memelihara hubungan antar manusia". Selain itu, komunikasi juga merupakan alat penting dalam pembelajaran dan pertumbuhan pribadi. Melalui komunikasi, individu dapat memperoleh pengetahuan baru, mengembangkan keterampilan, dan memahami perspektif yang berbeda. Dalam dunia yang semakin global, kemampuan berkomunikasi lintas budaya menjadi semakin penting, memungkinkan pertukaran ide dan kolaborasi di tingkat

internasional. Selanjutnya Adler, Rodman, dan DuPré (2016) menyatakan bahwa "kemampuan komunikasi yang efektif merupakan fondasi bagi semua interaksi manusia".

Komunikasi memiliki peran sentral dalam kehidupan manusia, seperti yang dikemukakan oleh Littlejohn dan Foss (2011) bahwa "komunikasi adalah proses sosial yang esensial untuk membentuk dan memelihara hubungan antar manusia". Pernyataan ini menegaskan bahwa tanpa komunikasi, hubungan antar manusia tidak dapat terbentuk atau terpelihara dengan baik. Komunikasi memungkinkan pertukaran informasi, ide, dan emosi yang diperlukan untuk membangun pemahaman bersama dan bekerja sama dalam berbagai konteks, baik itu dalam keluarga, komunitas, maupun organisasi.

Lebih lanjut, komunikasi tidak hanya penting dalam membentuk dan memelihara hubungan, tetapi juga sebagai alat untuk pembelajaran dan pertumbuhan pribadi. Melalui komunikasi, individu dapat memperoleh pengetahuan baru, mengembangkan keterampilan, dan memahami perspektif yang berbeda. Misalnya, dalam konteks pendidikan, komunikasi antara guru dan siswa sangat penting untuk memastikan transfer pengetahuan yang efektif. Dalam dunia profesional, kemampuan untuk berkomunikasi dengan jelas dan efektif dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi kerja.

Dalam era globalisasi saat ini, kemampuan berkomunikasi lintas budaya menjadi semakin penting. Kemampuan ini memungkinkan pertukaran ide dan kolaborasi di tingkat internasional, yang esensial dalam dunia yang semakin terhubung. Komunikasi lintas budaya membantu mengatasi hambatan bahasa dan budaya, memungkinkan kerjasama yang lebih efektif dalam konteks bisnis, diplomasi, dan hubungan internasional.

Selain itu, Adler, Rodman, dan DuPré (2016) menyatakan bahwa "kemampuan komunikasi yang efektif merupakan fondasi bagi semua interaksi manusia". Pernyataan ini menggarisbawahi pentingnya komunikasi dalam setiap aspek kehidupan manusia. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan efektif mempengaruhi kualitas hubungan interpersonal,

keberhasilan dalam lingkungan profesional, dan kemampuan untuk berpartisipasi dalam masyarakat secara lebih luas. Komunikasi yang efektif mencakup kemampuan untuk mendengarkan dengan baik, menyampaikan pesan dengan jelas, dan menyesuaikan gaya komunikasi sesuai dengan konteks dan audiens.

Dengan demikian, komunikasi tidak hanya esensial dalam membentuk dan memelihara hubungan antar manusia, tetapi juga sebagai kunci untuk pembelajaran, pertumbuhan pribadi, dan kolaborasi global. Tanpa kemampuan komunikasi yang efektif, interaksi manusia akan terganggu dan banyak aspek kehidupan akan terhambat. Oleh karena itu, penting bagi individu untuk terus mengembangkan keterampilan komunikasi mereka agar dapat beradaptasi dengan dinamika sosial yang terus berubah dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

6.1.2 Peran Bahasa dalam Komunikasi

Bahasa adalah medium utama dalam komunikasi manusia. Melalui bahasa, individu dapat mengekspresikan pikiran, perasaan, dan ide mereka dengan cara yang dapat dipahami oleh orang lain. Bahasa tidak hanya mencakup kata-kata yang diucapkan atau ditulis, tetapi juga melibatkan aspek non-verbal seperti intonasi, gestur, dan ekspresi wajah. Menurut Crystal (2010), "bahasa adalah alat yang paling penting yang dimiliki manusia untuk berkomunikasi satu sama lain".

Bahasa memiliki beberapa fungsi dalam komunikasi, di antaranya: ekspresif, informasional, interaksional, dan persuasif. Fungsi ekspresif memungkinkan individu untuk mengekspresikan emosi dan perasaan mereka. Contohnya, kata-kata seperti "sedih" atau "bahagia" membantu orang lain memahami kondisi emosional seseorang. Fungsi informasional digunakan untuk menyampaikan informasi dan fakta. Dalam konteks akademis atau profesional, bahasa memungkinkan penyebaran pengetahuan yang sistematis dan terstruktur. Fungsi interaksional membantu membangun dan memelihara hubungan sosial. Melalui percakapan sehari-hari, individu dapat memperkuat ikatan sosial dan menciptakan rasa kebersamaan.

Fungsi persuasif digunakan untuk mempengaruhi dan meyakinkan orang lain. Dalam pemasaran, politik, atau debat, bahasa memainkan peran kunci dalam mengubah sikap dan perilaku orang.

Selain itu, bahasa juga merupakan cermin dari budaya dan identitas suatu masyarakat. Setiap bahasa membawa nilai-nilai, norma, dan sejarah yang unik, yang tercermin dalam cara berbicara dan menulis. Pemahaman tentang berbagai bahasa dan dialek dapat meningkatkan kesadaran budaya dan memperkuat kohesi sosial dalam masyarakat yang multikultural. Chomsky (2006) mengemukakan bahwa "bahasa tidak hanya alat komunikasi tetapi juga merupakan ekspresi dari identitas dan budaya suatu masyarakat".

Bahasa adalah medium utama dalam komunikasi manusia. Melalui bahasa, individu dapat mengekspresikan pikiran, perasaan, dan ide mereka dengan cara yang dapat dipahami oleh orang lain. Bahasa tidak hanya mencakup kata-kata yang diucapkan atau ditulis, tetapi juga melibatkan aspek non-verbal seperti intonasi, gestur, dan ekspresi wajah.

Selain itu, bahasa juga merupakan cermin dari budaya dan identitas suatu masyarakat. Setiap bahasa membawa nilai-nilai, norma, dan sejarah yang unik, yang tercermin dalam cara berbicara dan menulis. Pemahaman tentang berbagai bahasa dan dialek dapat meningkatkan kesadaran budaya dan memperkuat kohesi sosial dalam masyarakat yang multikultural.

6.1.3 Tujuan dan Ruang Lingkup

1. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan bab ini adalah untuk memberikan pemahaman mendalam tentang peran komunikasi, bahasa, dan makna dalam interaksi manusia. Bab ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana komunikasi menjadi elemen krusial dalam membentuk hubungan antar individu dan kelompok, serta bagaimana bahasa sebagai alat utama komunikasi membantu dalam menyampaikan makna secara efektif. Melalui pembahasan ini, diharapkan pembaca dapat

mengapresiasi kompleksitas proses komunikasi dan pentingnya keterampilan komunikasi yang baik dalam berbagai konteks kehidupan, termasuk personal, sosial, dan profesional.

Sebagai contoh, Littlejohn dan Foss (2011) menyatakan bahwa memahami teori komunikasi dapat membantu individu mengidentifikasi dan mengatasi hambatan dalam proses komunikasi, sehingga dapat meningkatkan efektivitas interaksi mereka sehari-hari. Selain itu, tujuan lain dari bab ini adalah untuk menyoroti pentingnya komunikasi lintas budaya dalam dunia yang semakin terhubung, seperti yang diungkapkan oleh Adler, Rodman, dan DuPré (2016), "kemampuan komunikasi yang efektif merupakan fondasi bagi semua interaksi manusia". Dengan memahami berbagai teori dan konsep terkait komunikasi, bahasa, dan makna, pembaca diharapkan mampu mengembangkan keterampilan komunikasi mereka untuk beradaptasi dengan dinamika sosial yang terus berubah.

Bab ini mencakup beberapa aspek penting dari komunikasi, bahasa, dan makna dalam komunikasi. Pembahasan dimulai dengan pengenalan dasar-dasar komunikasi, termasuk definisi, elemen, dan model-model komunikasi yang telah dikembangkan oleh para ahli. Littlejohn dan Foss (2011) menjelaskan bahwa model-model komunikasi seperti model linear, interaksional, dan transaksional memberikan kerangka kerja untuk memahami proses komunikasi secara lebih terstruktur.

Selanjutnya, bab ini membahas peran bahasa dalam komunikasi, meliputi struktur dan fungsi bahasa. Bahasa tidak hanya dilihat sebagai alat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai refleksi dari identitas dan budaya suatu masyarakat. Crystal (2010) menyatakan bahwa "bahasa adalah alat yang paling penting yang dimiliki manusia untuk berkomunikasi satu sama lain", yang menyoroti pentingnya memahami berbagai aspek linguistik dalam komunikasi.

Bagian terakhir dari bab ini fokus pada konsep makna dalam komunikasi. Makna adalah elemen kunci yang menentukan bagaimana pesan diterima dan diinterpretasikan oleh penerima. Pembahasan mencakup teori-teori makna, konteks yang mempengaruhi makna, dan hambatan-hambatan yang sering kali muncul dalam proses pemaknaan. Chomsky (2006) mengemukakan bahwa "bahasa tidak hanya alat komunikasi tetapi juga merupakan ekspresi dari identitas dan budaya suatu masyarakat", yang menegaskan bahwa pemahaman makna sangat dipengaruhi oleh konteks budaya dan sosial.

Dengan cakupan pembahasan ini, bab ini bertujuan untuk memberikan pandangan komprehensif tentang bagaimana teori komunikasi, bahasa, dan makna berinteraksi dan saling mempengaruhi dalam proses komunikasi. Diharapkan pembaca dapat mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang kompleksitas komunikasi manusia dan meningkatkan keterampilan mereka dalam berkomunikasi secara efektif.

2. Ruang Lingkup

Bab ini mencakup beberapa aspek penting dari komunikasi, bahasa, dan makna dalam komunikasi. Pembahasan ini dirancang untuk memberikan pemahaman komprehensif tentang bagaimana elemen-elemen ini berinteraksi dan mempengaruhi proses komunikasi. Pemahaman dasar komunikasi sebagai fondasi untuk memahami bagaimana informasi, ide, dan perasaan disampaikan dari satu individu atau kelompok ke individu atau kelompok lain. Dalam pembahasan ini, akan dijelaskan definisi komunikasi, elemen-elemen yang membentuk komunikasi, dan model-model komunikasi yang telah dikembangkan oleh para ahli.

Komunikasi adalah proses sosial yang melibatkan pertukaran informasi antara individu atau kelompok melalui sistem simbol, tanda, atau perilaku. Menurut Littlejohn dan Foss (2011), "komunikasi adalah proses

sosial yang esensial untuk membentuk dan memelihara hubungan antar manusia". Elemen dasar komunikasi meliputi pengirim, pesan, media, penerima, dan umpan balik. Setiap elemen ini berperan penting dalam memastikan bahwa pesan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh penerima.

Dalam teori komunikasi, terdapat beberapa model yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana proses komunikasi berlangsung. Tiga model yang umum dibahas adalah model linear, model interaksional, dan model transaksional. Masing-masing model ini memberikan kerangka kerja yang berbeda dalam memahami proses komunikasi. Beberapa model komunikasi yang umum dibahas adalah model linear, model interaksional, dan model transaksional.

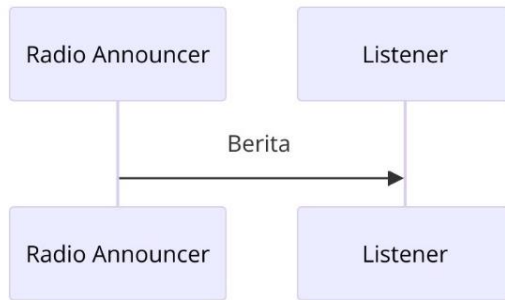
a. Model Linear

Model linear adalah model komunikasi paling dasar yang menggambarkan komunikasi sebagai proses satu arah. Dalam model ini, pengirim (*sender*) mengirim pesan (*message*) melalui saluran (*channel*) kepada penerima (*receiver*). Tidak ada umpan balik (*feedback*) yang terlibat dalam model ini, sehingga komunikasi dianggap selesai setelah pesan diterima oleh penerima.

Ciri-ciri model linear adalah

- 1) Proses satu arah
- 2) Tidak ada umpan balik
- 3) Fokus pada pengirim dan pesan

Contohnya: Penyiar radio yang mengirimkan berita kepada pendengar.



Gambar 6.1. Proses Komunikasi Ssatu Arah

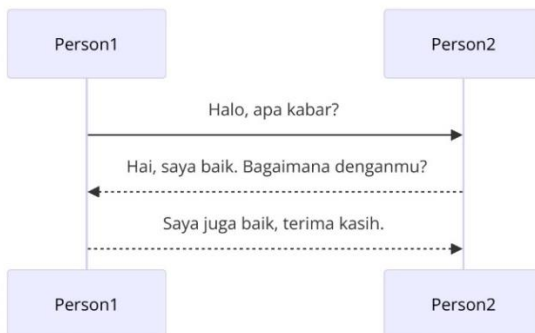
b. Model Interaksional

Model interaksional menambahkan elemen umpan balik, menunjukkan bahwa komunikasi adalah proses dua arah. Dalam model ini, pengirim dan penerima saling bertukar peran secara bergantian. Umpan balik memungkinkan pengirim mengetahui apakah pesan telah diterima dan dipahami dengan benar oleh penerima.

Ciri-ciri Model Interaksional:

- 1) Proses dua arah
- 2) Terdapat umpan balik
- 3) Pengirim dan penerima saling bertukar peran

Contoh: Percakapan telepon antara dua orang.



c. Model Transaksional

Model transaksional menggambarkan komunikasi sebagai proses dinamis di mana pengirim dan penerima berperan secara simultan. Dalam model ini, komunikasi dianggap sebagai pertukaran yang terus menerus, dengan kedua belah pihak bertindak sebagai pengirim dan penerima secara bersamaan. Model ini juga mempertimbangkan konteks sosial dan budaya yang mempengaruhi komunikasi.

Ciri-ciri Model Transaksional:

- 1) Proses simultan
- 2) Komunikasi bersifat dinamis dan berkelanjutan
- 3) Pengirim dan penerima berperan secara bersamaan
- 4) Mempertimbangkan konteks sosial dan budaya

Contoh: Diskusi kelompok di mana semua anggota aktif berpartisipasi.

6.2 Peran Bahasa dalam Komunikasi

Bahasa adalah medium utama yang digunakan manusia untuk berkomunikasi. Dalam bagian ini, akan dibahas struktur bahasa, fungsi bahasa, dan peran bahasa sebagai cermin budaya dan identitas. Bahasa terdiri dari berbagai komponen seperti fonologi (suara), morfologi (struktur kata), sintaksis (struktur kalimat), semantik (makna), dan pragmatik (konteks penggunaan). Menurut Crystal (2010), "bahasa adalah alat yang paling penting yang dimiliki manusia untuk berkomunikasi satu sama lain".

Bahasa memiliki beberapa fungsi utama dalam komunikasi, yaitu fungsi ekspresif, informasional, interaksional, dan persuasif. Fungsi ekspresif memungkinkan individu mengekspresikan emosi dan perasaan mereka. Fungsi informasional digunakan untuk menyampaikan informasi dan fakta. Fungsi interaksional membantu membangun dan memelihara hubungan sosial, sedangkan fungsi persuasif digunakan untuk mempengaruhi dan meyakinkan orang lain.

Bahasa tidak hanya sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai ekspresi identitas dan budaya suatu masyarakat. Setiap bahasa membawa nilai-nilai, norma, dan sejarah yang unik, yang tercermin dalam cara berbicara dan menulis. Chomsky (2006) mengemukakan bahwa "bahasa tidak hanya alat komunikasi tetapi juga merupakan ekspresi dari identitas dan budaya suatu masyarakat".

6.2.1 Konsep Makna dalam Komunikasi

Makna adalah elemen kunci dalam komunikasi yang menentukan bagaimana pesan diterima dan diinterpretasikan oleh penerima. Dalam bagian ini, akan dibahas teori-teori makna, konteks yang mempengaruhi makna, dan hambatan-hambatan dalam proses pemaknaan. Ada beberapa teori yang menjelaskan bagaimana makna dihasilkan dan dipahami dalam komunikasi. Misalnya, teori semantik yang berfokus pada hubungan antara tanda-tanda linguistik dan entitas yang mereka wakili, serta teori pragmatik yang menekankan pentingnya konteks dalam memahami makna.

Makna dalam komunikasi sangat dipengaruhi oleh konteks budaya, sosial, dan situasional. Konteks budaya mencakup norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat tertentu. Konteks sosial melibatkan hubungan antara komunikator, sementara konteks situasional mencakup kondisi spesifik di mana komunikasi terjadi.

Contohnya

1. Dalam konteks Budaya di Jepang, membungkuk adalah cara menghormati orang lain, sedangkan di negara lain, berjabat tangan mungkin lebih umum.
2. Dalam konteks Sosial, Seorang guru berbicara dengan siswanya akan menggunakan bahasa yang berbeda dibandingkan ketika berbicara dengan kolega.
3. Konteks Situasional, Berbisik di perpustakaan untuk menjaga ketenangan berbeda dengan berbicara keras di stadion saat menonton pertandingan.

Dapat disimpulkan bahwa makna pesan komunikasi tidak hanya bergantung pada kata-kata yang digunakan, tetapi juga pada konteks budaya, sosial, dan situasional di mana komunikasi terjadi. Hambatan dalam proses pemaknaan dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti gangguan bahasa, perbedaan budaya, dan gangguan psikologis. Hambatan ini dapat mengakibatkan misinterpretasi atau ketidakpahaman dalam komunikasi. Dengan cakupan pembahasan ini, bab ini bertujuan untuk memberikan pandangan komprehensif tentang bagaimana teori komunikasi, bahasa, dan makna berinteraksi dan saling mempengaruhi dalam proses komunikasi. Diharapkan pembaca dapat mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang kompleksitas komunikasi manusia dan meningkatkan keterampilan mereka dalam berkomunikasi secara efektif.

6.2.2 Dasar Komunikasi dan Peran Bahasa dalam Komunikasi

Komunikasi adalah proses pertukaran informasi, ide, emosi, dan perasaan antara individu atau kelompok. Menurut Littlejohn dan Foss (2011), "komunikasi adalah proses sosial yang esensial untuk membentuk dan memelihara hubungan antar manusia." Deddy Mulyana (2005) menambahkan bahwa "komunikasi adalah proses di mana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain." Cangara (2014) juga menyebutkan bahwa "komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahukan atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara langsung maupun tidak langsung." Secara keseluruhan, komunikasi adalah proses multidimensi yang penting untuk membentuk dan memelihara hubungan sosial, menciptakan koneksi dengan lingkungan, dan mempengaruhi sikap serta perilaku orang lain.

Untuk memahami proses komunikasi, penting untuk mengenal elemen-elemen dasar yang terlibat: pengirim, pesan, media, penerima, dan umpan balik.

1. Pengirim (*Sender*):

Pengirim adalah individu atau kelompok yang memulai komunikasi dengan menyampaikan pesan. Pengirim harus menyusun pesan dengan jelas dan efektif agar dipahami oleh penerima. Menurut Deddy Mulyana (2005), pengirim harus memperhatikan konteks dan audiens agar pesan diterima dengan baik.

2. Pesan (*Message*):

Pesan adalah informasi, ide, atau perasaan yang ingin disampaikan pengirim kepada penerima. Kejelasan dan makna pesan sangat menentukan efektivitas komunikasi. Menurut Cangara (2014), pesan adalah elemen penting dalam komunikasi karena mengandung isi yang ingin disampaikan oleh pengirim kepada penerima.

3. Media (*Channel*):

Media adalah sarana atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Media bisa berupa lisan, tulisan, atau visual. Menurut Bovee dan Thill (2008), media komunikasi adalah alat yang digunakan untuk mengirim dan menerima pesan, dan pemilihan media yang sesuai dapat mempengaruhi kualitas komunikasi.

4. Penerima (*Receiver*):

Penerima adalah individu atau kelompok yang menerima dan menginterpretasikan pesan. Keberhasilan komunikasi bergantung pada kemampuan penerima untuk mendekode pesan dengan tepat. Menurut Berlo (1960), penerima bertanggung jawab untuk menerima dan memahami pesan yang disampaikan.

5. Umpan Balik (*Feedback*):

umpan balik adalah respons dari penerima terhadap pesan. Umpan balik memungkinkan pengirim mengetahui apakah pesan telah diterima dan dipahami dengan benar. Menurut Bovee dan Thill (2008), umpan balik memainkan peran penting dalam meningkatkan kejelasan dan efektivitas komunikasi.

Dengan memahami elemen-elemen ini, kita dapat lebih menghargai pentingnya setiap komponen dalam memastikan komunikasi yang efektif dan efisien.

6.3 Model-Model Komunikasi

Untuk memahami kompleksitas proses komunikasi, berbagai model komunikasi telah dikembangkan oleh para ahli. Model-model ini memberikan kerangka kerja yang berbeda dalam menganalisis dan menjelaskan bagaimana komunikasi terjadi antara pengirim dan penerima. Tiga model komunikasi yang paling umum dibahas adalah model linear, model interaksional, dan model transaksional. Masing-masing model ini menawarkan perspektif unik tentang dinamika dan elemen-elemen yang terlibat dalam proses komunikasi, serta bagaimana pesan dikirim, diterima, dan dipahami.

Berikut ini adalah penjelasan dari ketiga model tersebut:

1. Model Linear

Model linear menggambarkan komunikasi sebagai proses satu arah dari pengirim ke penerima tanpa melibatkan umpan balik. Dalam model ini, pengirim (*sender*) mengirim pesan (*message*) melalui saluran (*channel*) kepada penerima (*receiver*). Model linear dianggap sebagai model komunikasi paling dasar dan sederhana, di mana fokus utamanya adalah pada penyampaian pesan dari satu pihak ke pihak lain tanpa mempertimbangkan respons dari penerima. Menurut Shannon dan Weaver (1949), "Model linear komunikasi mengilustrasikan bagaimana informasi dapat ditransmisikan dari pengirim ke penerima melalui saluran komunikasi teknis, tanpa mempertimbangkan umpan balik dari penerima."

Model linear menggambarkan komunikasi sebagai proses satu arah dari pengirim ke penerima tanpa umpan balik. Pengirim mengirim pesan melalui saluran kepada penerima, tanpa mempertimbangkan respons dari penerima. Menurut Shannon dan Weaver (1949), "Model linear komunikasi mengilustrasikan bagaimana informasi dapat ditransmisikan dari pengirim ke penerima melalui saluran komunikasi

teknis, tanpa mempertimbangkan umpan balik dari penerima." Model ini efektif untuk konteks di mana respons langsung tidak diperlukan, seperti siaran radio atau televisi, tetapi memiliki keterbatasan dalam situasi yang memerlukan interaksi dua arah dan umpan balik.

Elemen-Elemen dalam Model Linear:

- a. Pengirim (*Sender*), Individu atau kelompok yang memulai proses komunikasi dengan mengirimkan pesan.
- b. Pesan (*Message*), Informasi, ide, atau perasaan yang ingin disampaikan oleh pengirim.
- c. Saluran (*Channel*), Media yang digunakan untuk mengirim pesan, seperti suara, tulisan, atau gambar.
- d. Penerima (*Receiver*), Individu atau kelompok yang menerima dan menginterpretasikan pesan.

Model linear tidak mengakomodasi umpan balik, sehingga komunikasi dianggap selesai setelah pesan diterima oleh penerima. Model ini sering digunakan dalam konteks di mana respons langsung dari penerima tidak diperlukan atau diharapkan, seperti dalam siaran radio atau televisi.

Contoh Model Linear:

Dengan memahami model linear, kita dapat melihat bagaimana proses komunikasi dasar bekerja dan mengenali keterbatasannya dalam situasi di mana umpan balik dan interaksi lebih penting untuk efektivitas komunikasi.

2. Model Interaksional

Setelah memahami model linear yang menggambarkan komunikasi sebagai proses satu arah, penting untuk mengeksplorasi model komunikasi yang lebih dinamis dan interaktif. Model interaksional memperkenalkan konsep umpan balik, menunjukkan bahwa komunikasi adalah proses dua arah di mana pengirim dan penerima saling bertukar peran. Menurut Schramm (1954), "Komunikasi adalah proses interaksi yang melibatkan pengiriman dan penerimaan pesan secara bergantian, di mana kedua belah pihak berperan sebagai pengirim dan penerima."

Kemudian Griffin (2020) menyatakan bahwa "model interaksional memperhitungkan peran umpan balik dalam komunikasi, yang memungkinkan adanya klarifikasi dan penyesuaian pesan untuk meningkatkan pemahaman bersama." Model ini memberikan kerangka kerja yang lebih komprehensif untuk memahami bagaimana komunikasi berlangsung dalam interaksi sehari-hari, dengan memperhitungkan respons dan keterlibatan kedua belah pihak dalam proses komunikasi.

Model interaksional menggambarkan komunikasi sebagai proses dua arah di mana pengirim dan penerima saling bertukar peran, dan umpan balik memainkan peran penting. Dalam model ini, komunikasi tidak hanya dilihat sebagai penyampaian pesan dari pengirim ke penerima, tetapi juga sebagai interaksi dinamis yang melibatkan respons dari penerima yang kemudian menjadi umpan balik bagi pengirim.

Elemen-Elemen dalam Model Interaksional:

- a. Pengirim dan Penerima (*Sender and Receiver*)
Dalam model ini, pengirim dan penerima saling bertukar peran secara bergantian. Keduanya aktif dalam proses komunikasi, tidak ada pihak yang pasif.
- b. Pesan (*Message*)
Informasi, ide, atau perasaan yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima.
- c. Saluran (*Channel*)
Media yang digunakan untuk mengirim pesan, seperti suara, tulisan, atau isyarat.
- d. Umpan Balik (*Feedback*)
Respons dari penerima terhadap pesan yang diterima. Umpan balik ini dapat bersifat verbal atau non-verbal dan membantu pengirim mengetahui apakah pesan telah diterima dan dipahami dengan benar.
- e. Konteks (*Context*)
Lingkungan atau situasi di mana komunikasi terjadi. Konteks dapat mempengaruhi bagaimana pesan dikirim dan diterima.

Contoh Model Interaksional:

- a. Percakapan telepon di mana kedua pihak saling bertukar informasi dan respons secara bergantian.
- b. Diskusi di kelas antara guru dan siswa, di mana siswa memberikan umpan balik atas penjelasan guru.

Maka model interaksional memperlihatkan bahwa komunikasi adalah proses yang berkelanjutan dan dinamis. Dalam proses ini, umpan balik memungkinkan kedua pihak untuk melakukan klarifikasi, penyesuaian, dan perbaikan pesan untuk memastikan bahwa komunikasi berjalan efektif. Model ini lebih realistis dibandingkan dengan model linear karena menggambarkan bagaimana komunikasi terjadi dalam kehidupan sehari-hari, di mana respons dan keterlibatan kedua belah pihak sangat penting.

Menurut Griffin (2020), "model interaksional memperhitungkan peran umpan balik dalam komunikasi, yang memungkinkan adanya klarifikasi dan penyesuaian pesan untuk meningkatkan pemahaman bersama." Model ini menekankan bahwa komunikasi bukan hanya tentang mengirim pesan, tetapi juga tentang bagaimana pesan tersebut diterima, dipahami, dan direspons.

Dengan memahami model interaksional, kita dapat lebih menghargai pentingnya umpan balik dan interaksi dalam proses komunikasi, serta bagaimana kedua elemen ini berkontribusi terhadap efektivitas dan keberhasilan komunikasi.

3. Model Transaksional

Setelah memahami model linear dan model interaksional, kita dapat melihat bagaimana komunikasi berkembang menjadi proses yang lebih dinamis dan interaktif. Namun, untuk menggambarkan komunikasi sebagai proses yang benar-benar simultan dan multidimensional, kita memerlukan model yang lebih komprehensif. Model transaksional adalah model komunikasi yang paling kompleks dan realistis, karena menggambarkan

komunikasi sebagai proses dinamis di mana pengirim dan penerima berperan secara simultan. Model ini mencerminkan bagaimana komunikasi terjadi dalam konteks yang terus berubah, dengan mempertimbangkan faktor-faktor sosial, budaya, dan situasional yang mempengaruhi pertukaran pesan. Berikut ini adalah penjelasan lebih lanjut tentang model transaksional.

Menurut Barnlund (2008), "model transaksional mengakui bahwa komunikasi adalah proses simultan di mana semua peserta dalam interaksi saling mempengaruhi dan dipengaruhi oleh komunikasi yang terjadi di antara mereka." Selain itu, Trenholm dan Jensen (2013) menyatakan bahwa "model transaksional memperlihatkan bahwa komunikasi melibatkan penciptaan bersama makna dan hubungan melalui proses interaksi yang terus menerus."

Model transaksional menggambarkan komunikasi sebagai proses dinamis dan simultan, di mana pengirim dan penerima saling mempengaruhi dalam konteks sosial, budaya, dan situasional yang terus berubah. Memahami model ini membantu kita menghargai kompleksitas dan peran aktif setiap partisipan dalam menciptakan makna bersama. Model ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana komunikasi berfungsi dalam kehidupan sehari-hari dan pentingnya interaksi yang berkelanjutan serta saling mempengaruhi.

6.4 Peran Bahasa dalam Komunikasi

Bahasa adalah alat utama yang digunakan manusia untuk berkomunikasi. Melalui bahasa, individu dapat menyampaikan informasi, mengekspresikan emosi, dan berinteraksi dengan orang lain. Bahasa memainkan peran penting dalam pembentukan makna dan hubungan sosial.

6.4.1 Definisi Bahasa

Bahasa adalah sistem simbol yang digunakan untuk berkomunikasi. Sistem ini mencakup berbagai elemen seperti kata-kata, suara, dan tanda yang digunakan untuk

menyampaikan makna antara individu. Bahasa memungkinkan manusia untuk berbagi informasi, ide, emosi, dan perasaan dengan cara yang terstruktur dan dapat dipahami oleh orang lain.

Menurut David Crystal (2010), "bahasa adalah alat yang paling penting yang dimiliki manusia untuk berkomunikasi satu sama lain." Definisi ini menekankan pentingnya bahasa sebagai alat utama untuk pertukaran informasi dan interaksi sosial. Bahasa tidak hanya digunakan untuk menyampaikan fakta atau data, tetapi juga memainkan peran penting dalam pembentukan identitas sosial dan budaya.

Bahasa tidak hanya digunakan untuk menyampaikan fakta atau data, tetapi juga memainkan peran penting dalam pembentukan identitas sosial dan budaya karena beberapa alasan utama:

1. Ekspresi Identitas

Bahasa adalah alat utama yang digunakan individu dan kelompok untuk mengekspresikan identitas mereka. Dialek, aksen, dan pilihan kata dapat menunjukkan asal geografis, latar belakang sosial, dan afiliasi budaya seseorang. Misalnya, penggunaan bahasa daerah atau dialek tertentu dapat mengidentifikasi seseorang sebagai anggota kelompok etnis atau komunitas lokal tertentu. Menurut Crystal (2010), "bahasa adalah alat yang paling penting yang dimiliki manusia untuk berkomunikasi satu sama lain," menekankan peran bahasa dalam ekspresi identitas.

2. Pembawa Budaya

Bahasa membawa serta nilai-nilai, norma, dan tradisi budaya yang unik bagi suatu komunitas. Setiap bahasa memiliki kata-kata dan ungkapan yang mencerminkan konsep-konsep budaya yang mungkin tidak ada padanannya dalam bahasa lain. Misalnya, konsep "gotong royong" dalam budaya Indonesia mencerminkan nilai kebersamaan dan kerja sama yang khas. Chomsky (2006) menyatakan bahwa "bahasa tidak hanya alat komunikasi tetapi juga merupakan ekspresi dari identitas dan budaya suatu masyarakat."

3. Komunikasi Non-Verbal dan Simbolik

Bahasa juga mencakup aspek non-verbal seperti intonasi, gestur, dan ekspresi wajah, yang semuanya memainkan peran penting dalam komunikasi sosial. Elemen-elemen ini membantu menyampaikan makna yang lebih kaya dan lebih dalam daripada sekadar kata-kata. Misalnya, nada suara dapat menunjukkan emosi atau sikap yang tidak tersurat dalam teks tertulis.

4. Konteks Sosial

Bahasa digunakan dalam berbagai konteks sosial yang berbeda, dan penggunaan bahasa dapat menyesuaikan dengan situasi tertentu untuk menunjukkan status sosial, hubungan antar individu, dan dinamika kelompok. Dalam lingkungan formal, bahasa yang digunakan cenderung lebih sopan dan struktural, sementara dalam konteks informal, bahasa bisa lebih santai dan tidak baku.

Contoh:**

- a. Di tempat kerja, penggunaan bahasa resmi dan jargon profesional dapat menunjukkan status seseorang sebagai ahli di bidangnya.
- b. Dalam keluarga, bahasa sehari-hari dan istilah kekeluargaan memperkuat ikatan emosional dan sosial antar anggota keluarga.

5. Media Pembelajaran dan Transmisi Budaya

Bahasa adalah alat utama untuk pendidikan dan transmisi budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya. Melalui bahasa, cerita, mitos, dan sejarah budaya disampaikan dan dipertahankan. Hal ini membantu membentuk identitas kolektif dan kesadaran sejarah suatu komunitas. Yule (2014) mencatat bahwa "bahasa memainkan peran kunci dalam proses pendidikan dan transmisi budaya."

Bahasa memainkan peran yang jauh lebih luas daripada sekadar alat komunikasi untuk menyampaikan fakta atau data. Ia adalah pembentuk identitas sosial dan budaya yang kuat, memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri, mempertahankan warisan budaya, dan berinteraksi dalam konteks sosial yang beragam. Crystal (2010) menyatakan,

"bahasa adalah alat yang paling penting yang dimiliki manusia untuk berkomunikasi satu sama lain," menegaskan pentingnya bahasa dalam berbagai aspek kehidupan. Dengan demikian, pemahaman tentang bahasa tidak hanya mencakup strukturnya tetapi juga fungsi sosial dan budaya yang lebih luas.

Peran bahasa dalam komunikasi menjadi alat utama yang digunakan manusia untuk berkomunikasi. Melalui bahasa, individu dapat menyampaikan informasi, mengekspresikan emosi, dan berinteraksi dengan orang lain.

Berikut adalah uraian dan penjelasan tentang peran bahasa dalam berbagai aspek kehidupan:

1. Sistem Simbol

Bahasa terdiri dari simbol-simbol yang disepakati secara sosial untuk mewakili objek, tindakan, konsep, atau ide. Simbol-simbol ini memungkinkan kita untuk berbicara tentang hal-hal yang tidak hadir secara fisik atau yang bersifat abstrak. Setiap kata dalam bahasa adalah simbol yang memiliki makna tertentu yang disepakati oleh penuturnya. Misalnya, kata "pohon" adalah simbol yang mewakili objek fisik yang kita kenal sebagai pohon. Simbol ini memungkinkan komunikasi tentang objek dan konsep yang beragam dan kompleks.

2. Pertukaran Informasi

Bahasa memungkinkan pertukaran informasi secara efisien. Ini adalah salah satu fungsi utama bahasa dalam kehidupan sehari-hari. Melalui bahasa, kita dapat memberi tahu orang lain tentang waktu pertemuan, lokasi, atau instruksi tertentu. Misalnya, mengatakan "Pertemuan akan dimulai pukul 10 pagi di ruang konferensi." Efisiensi ini membantu dalam penyebaran informasi dengan cepat dan tepat.

Contohnya, Menanyakan arah di jalan atau memesan makanan di restoran.

3. Interaksi Sosial

Bahasa adalah alat utama untuk interaksi sosial. Melalui bahasa, kita bisa berhubungan dengan orang lain, mengekspresikan perasaan, dan membangun hubungan sosial. Ucapan salam seperti "halo" atau "selamat pagi"

adalah cara dasar untuk memulai interaksi sosial. Bahasa membantu membangun dan memelihara hubungan sosial dengan mengizinkan individu untuk berkomunikasi secara efektif.

4. Pembangunan Identitas

Bahasa membantu membangun identitas individu dan kelompok. Penggunaan dialek, aksen, dan bahasa tertentu dapat menunjukkan identitas budaya atau regional seseorang. Dialek atau aksen tertentu dapat menunjukkan dari mana seseorang berasal atau kelompok sosial mana mereka bergabung. Bahasa juga digunakan untuk mengekspresikan identitas pribadi dan kelompok.

5. Konteks Budaya

Bahasa membawa nilai-nilai dan norma budaya. Setiap bahasa mencerminkan budaya dari komunitas penuturnya. Beberapa kata atau ungkapan mungkin memiliki makna khusus dalam konteks budaya tertentu yang tidak dimiliki dalam budaya lain. Misalnya, konsep "gotong royong" dalam budaya Indonesia mencerminkan nilai kebersamaan dan kerja sama yang khas. Bahasa adalah medium di mana nilai-nilai dan norma-norma budaya ditransmisikan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Contoh kata "gotong royong" dalam bahasa Indonesia yang mencerminkan nilai kebersamaan dan kerja sama dalam budaya Indonesia. Dalam komunikasi sehari-hari, bahasa digunakan untuk bertukar informasi sederhana, seperti menanyakan arah atau memesan makanan di restoran. Kemudian dalam kegiatan konteks profesional, bahasa digunakan untuk bernegosiasi, menyusun kontrak, dan menyampaikan presentasi yang kompleks. Bahasa adalah alat yang esensial dalam kehidupan manusia, memungkinkan kita untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan membentuk makna bersama dalam berbagai konteks. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Crystal (2010), "bahasa adalah alat yang paling penting yang dimiliki manusia untuk berkomunikasi satu sama lain." Pernyataan ini menegaskan peran vital bahasa dalam interaksi manusia dan pentingnya

bahasa dalam memfasilitasi komunikasi yang efektif serta kohesi sosial.

Struktur bahasa mengacu pada cara elemen-elemen dasar bahasa disusun untuk membentuk makna. Struktur ini mencakup berbagai tingkat analisis, mulai dari suara individu hingga kalimat dan teks yang kompleks. Menurut Yule (2014), "struktur bahasa memainkan peran kunci dalam cara kita menyampaikan dan memahami pesan. Berikut adalah komponen utama dalam struktur bahasa:

1. Fonologi adalah studi tentang bunyi dalam bahasa. Ini mencakup cara suara dihasilkan, disusun, dan dipahami dalam sistem linguistik tertentu. Menurut Ladefoged dan Johnson (2020), "fonologi menganalisis pola suara dan bagaimana mereka digunakan dalam bahasa tertentu. Contohnya dalam bahasa Inggris, perbedaan bunyi antara "p" dan "b" (misalnya, "pat" vs. "bat") adalah penting karena mengubah makna kata.

2. Morfologi

Morfologi adalah studi tentang struktur kata dan pembentukannya. Ini mencakup analisis morfem, unit terkecil dalam bahasa yang memiliki makna. Haspelmath dan Sims (2013) menyatakan bahwa "morfologi berfokus pada struktur internal kata dan bagaimana kata-kata dibentuk dan dimodifikasi. Contohnya Kata "unhappiness" terdiri dari tiga morfem: "un-" (prefiks yang berarti tidak), "happy" (akar kata yang berarti senang), dan "-ness" (sufiks yang mengubah kata sifat menjadi kata benda).

3. Sintaksis

Sintaksis adalah studi tentang struktur kalimat dan tata bahasa. Ini mencakup aturan-aturan yang menentukan bagaimana kata-kata digabungkan untuk membentuk kalimat yang bermakna. Carnie (2021) menyatakan bahwa "sintaksis mempelajari bagaimana kata-kata dan frasa diatur untuk membentuk kalimat yang gramatikal. Contohnya, kalimat "The cat sat on the mat" mengikuti aturan sintaksis bahasa

Inggris yang mengatur urutan kata (subjek + predikat + objek).

4. Semantik

Semantik adalah studi tentang makna kata dan kalimat. Ini mencakup analisis hubungan antara tanda-tanda linguistik dan apa yang mereka wakili. Saeed (2016) menjelaskan bahwa "semantik adalah cabang linguistik yang mempelajari makna dalam bahasa." Contohnya; Kata "bank" dalam kalimat "She sat by the bank of the river" memiliki makna yang berbeda dari kata "bank" dalam kalimat "She deposited money in the bank."

5. Pragmatik

Pragmatik adalah studi tentang konteks penggunaan bahasa. Ini mencakup analisis bagaimana konteks sosial, budaya, dan situasional mempengaruhi makna dan interpretasi bahasa. Yule (2017) mencatat bahwa "pragmatik berkaitan dengan bagaimana penutur dan pendengar menggunakan konteks untuk memahami makna yang diucapkan." Contohnya penggunaan kata "please" dalam permintaan "Could you please pass the salt?" menunjukkan kesopanan dan mempengaruhi cara permintaan tersebut diterima.

Struktur bahasa adalah kerangka dasar yang memungkinkan kita untuk menggunakan dan memahami bahasa dengan efektif. Memahami komponen-komponen ini—fonologi, morfologi, sintaksis, semantik, dan pragmatik—membantu kita berkomunikasi dengan lebih baik dan lebih efisien dalam berbagai konteks. Bahasa memiliki beberapa fungsi utama dalam komunikasi:

- a. **Ekspresif:** Mengekspresikan emosi dan perasaan.
Contoh: Mengatakan "Saya senang" untuk menunjukkan kebahagiaan.
- b. **Informasional:** Menyampaikan informasi dan fakta.
Contoh: "Hari ini adalah Senin" memberikan informasi tentang hari.
- c. **Interaksional:** Membangun dan memelihara hubungan sosial. Contoh: Mengucapkan "Apa kabar?" sebagai bentuk sapaan.

- d. **Persuasif:** Mempengaruhi dan meyakinkan orang lain.
Contoh: Iklan yang menggunakan bahasa untuk meyakinkan konsumen membeli produk.

6.5 Makna dalam Komunikasi

Makna dalam komunikasi merujuk pada pemahaman atau interpretasi yang diberikan oleh penerima terhadap pesan yang disampaikan oleh pengirim. Makna adalah hasil dari proses dekoding pesan, di mana penerima menginterpretasikan simbol-simbol yang digunakan dalam komunikasi untuk menghasilkan pemahaman tertentu.

Makna dalam komunikasi merupakan aspek krusial yang menentukan bagaimana pesan diterima dan diinterpretasikan. Berikut adalah dua teori utama yang menjelaskan konsep makna dalam bahasa:

1. Teori Semantik

Teori semantik berfokus pada hubungan antara tanda-tanda linguistik dan entitas yang mereka wakili. Ini mencakup bagaimana kata-kata dan simbol digunakan untuk merujuk pada objek, ide, atau konsep dalam dunia nyata. Ferdinand de Saussure, seorang ahli linguistik terkemuka, mengemukakan bahwa tanda linguistik terdiri dari dua komponen utama: penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Bentuk fisik dari tanda, seperti suara, huruf, atau kata yang digunakan dalam bahasa. Misalnya, kata "pohon" adalah penanda. Konsep atau makna yang diwakili oleh penanda. Dalam contoh ini, konsep tentang objek fisik yang dikenal sebagai pohon adalah petanda. Saussure (1916) menyatakan bahwa "tanda linguistik terdiri dari penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*)." Hubungan antara penanda dan petanda bersifat arbitrer, artinya tidak ada alasan alami mengapa bentuk tertentu harus merujuk pada makna tertentu. Contohnya, kata "anjing" (penanda) merujuk pada hewan berkaki empat yang dikenal sebagai anjing (petanda).

2. Teori Pragmatik

Teori pragmatik menekankan pentingnya konteks dalam memahami makna. Ini mencakup bagaimana penggunaan

bahasa dalam situasi tertentu mempengaruhi interpretasi makna. John L. Austin, dalam teorinya tentang tindak tutur (*speech acts*), menyatakan bahwa makna tidak hanya bergantung pada kata-kata, tetapi juga pada konteks di mana kata-kata tersebut diucapkan. Tindak tutur dapat dikategorikan menjadi tiga jenis yaitu;

- a. Tindakan mengucapkan kata-kata dengan makna literal tertentu. Misalnya, mengatakan "Pintu itu terbuka."
- b. Tindak Ilokusi (*Illocutionary Act*)
Niat atau tujuan di balik ucapan, seperti memberi perintah, meminta, atau berjanji. Misalnya, mengatakan "Tolong buka pintu" dengan maksud memerintah.
- c. Tindak Perlokusi (*Perlocutionary Act*)
Efek atau dampak dari ucapan terhadap pendengar. Misalnya, membuat seseorang membuka pintu setelah mendengar perintah.

Austin (1962) dalam teorinya menyatakan bahwa "makna tidak hanya bergantung pada kata-kata, tetapi juga pada konteks di mana kata-kata tersebut diucapkan." Ini menunjukkan bahwa pemahaman penuh terhadap makna sebuah ujaran memerlukan pengetahuan tentang situasi dan niat pembicara. Contoh: Mengatakan "Bisa kamu tutup jendela?" bisa diartikan sebagai permintaan, bukan hanya pertanyaan tentang kemampuan.

Baik teori semantik maupun pragmatik menawarkan wawasan penting tentang bagaimana makna dibentuk dan dipahami dalam komunikasi. Teori semantik membantu kita memahami hubungan antara kata dan konsep, sementara teori pragmatik menekankan pentingnya konteks dan niat dalam komunikasi. Kombinasi kedua teori ini memberikan pandangan komprehensif tentang kompleksitas makna dalam bahasa.

Dalam kesimpulannya, memahami teori-teori makna, baik semantik maupun pragmatik, memberikan kita wawasan mendalam tentang bagaimana komunikasi bekerja dan bagaimana makna dibentuk serta diinterpretasikan. Teori semantik menyoroiti hubungan antara kata-kata dan konsep

yang mereka wakili, sementara teori pragmatik menekankan pentingnya konteks dan niat dalam komunikasi. Dengan menggabungkan kedua perspektif ini, kita dapat lebih efektif dalam berkomunikasi, memahami pesan dengan lebih baik, dan mengatasi berbagai hambatan dalam interaksi sehari-hari. Seperti yang disampaikan oleh para ahli, pemahaman mendalam tentang komunikasi adalah kunci untuk membangun hubungan yang kuat, menyampaikan informasi secara efektif, dan menciptakan interaksi yang bermakna dalam berbagai konteks kehidupan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adler, R. B., Rodman, G., & DuPré, A. (2016). **Understanding Human Communication**. Oxford University Press.
- Barnlund, D. C. (2008). *A Transactional Model of Communication*. In C. D. Mortensen (Ed.), *Communication Theory* (2nd Edition). New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Bovee, C. L., & Thill, J. V. (2008). *Business Communication Today* (10th Edition). New Jersey: Pearson Education
- Berlo, David K. (1960). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York: Holt, Rinehart, and Winston
- Cangara, Hafied. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Chomsky, N. (2006). *Language and Mind* (3rd Edition). Cambridge: Cambridge University Press.
- Crystal, D. (2010). *The Cambridge Encyclopedia of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Griffin, E. (2020). **A First Look at Communication Theory** (10th Edition). New York: McGraw-Hill Education
- Jakobson, R. (1960). "Closing Statement: Linguistics and Poetics". In Sebeok, T.A. (Ed.), *Style in Language*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). **Theories of Human Communication**. Longman.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Schramm, W. (1954). **The Process and Effects of Communication**. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Trenholm, S., & Jensen, A. (2013). *Interpersonal Communication* (7th Edition). Oxford: Oxford University Press.
- Yule, G. (2014). *The Study of Language* (5th Edition). Cambridge: Cambridge University Press

BAB 7

BATASAN, JENIS DAN FUNGSI KOMUNIKASI NON VERBAL

Oleh Mohammad Annas

7.1 Pendahuluan

Komunikasi nonverbal, berbeda dengan komunikasi verbal yang terikat struktur tata bahasa dan kosakata, memang tidak memiliki batasan yang kaku (Stickley, 2011). Namun, memahami beberapa hal terkait fleksibilitasnya bisa membuat kita menjadi komunikator yang lebih efektif. Anggukan kepala, misalnya, bisa menjadi ilustrasi keterbatasan komunikasi nonverbal. Dalam budaya Barat, anggukan umumnya diartikan sebagai "ya" atau tanda setuju. Namun, di beberapa negara seperti Bulgaria atau Yunani, anggukan berulang justru bisa berarti "tidak" atau ketidaksetujuan. Ini menunjukkan pentingnya kepekaan terhadap budaya lawan bicara untuk menghindari kesalahpahaman. Selain gerakan tubuh, jarak berdiri pun bisa memiliki makna yang bergantung pada budaya. Di Amerika Serikat, jarak yang lebih jauh saat berbincang bisa diartikan sebagai sikap menjaga privasi, sementara di negara-negara Latin jarak yang lebih dekat dianggap sebagai bentuk keramahan (Tamminen *et al.*, 2022).

Komunikasi nonverbal, bagaikan lautan luas dengan arus makna yang kompleks, diperkaya dan sekaligus dibingungkan oleh gelombang budaya yang beragam. Di lautan ini, isyarat tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, nada suara, dan bahkan penggunaan ruang menjadi bahasa universal yang memungkinkan seseorang untuk terhubung dan memahami atau sama lain. Namun, bagaikan terumbu karang yang tersembunyi di bawah permukaan laut, budaya mendefinisikan makna di balik isyarat nonverbal ini. Senyuman yang ramah di budaya individualistik mungkin dianggap kurang sopan di budaya

kolektif yang menjunjung tinggi rasa hormat. Jarak saat berkomunikasi pun memiliki makna yang berbeda di setiap budaya (Wilson *et al.*, 2020).

Sentuhan fisik pun memiliki aturannya sendiri. Di beberapa budaya, pelukan hangat adalah salam yang wajar, sedangkan di budaya lain, sentuhan fisik bisa dianggap tidak pantas. Ekspresi emosi pun dipengaruhi oleh budaya. Di budaya individualistik, orang cenderung lebih blak-blakan dalam menunjukkan perasaan mereka, sedangkan di budaya kolektivistis, orang cenderung lebih menjaga ekspresi emosional mereka untuk menjaga harmoni kelompok. Kesalahpahaman dalam komunikasi bagaikan badai yang bisa menenggelamkan hubungan (Islam and Kirillova, 2020). Seseorang bisa tersesat dalam interpretasi yang keliru jika mengabaikan konteks budaya. Misalnya, seorang turis dari Barat yang tersenyum lebar saat berinteraksi dengan orang di negara Timur Tengah mungkin dianggap kurang sopan karena dianggap tidak menunjukkan rasa hormat (Kawai *et al.*, 2017).

Seseorang perlu membekali diri dengan pengetahuan tentang norma dan kebiasaan budaya lawan bicara, serta belajar memahami konteks situasi saat berkomunikasi. Meskipun budaya dapat menjadi penghalang komunikasi, budaya juga dapat menjadi jembatan untuk membangun pemahaman yang lebih dalam. Dengan mempelajari budaya orang lain, seseorang dapat membuka diri terhadap perspektif baru dan memperkaya komunikasi kita. Seseorang dapat belajar dari bahasa isyarat unik budaya lain, tersentuh oleh ekspresi emosi yang berbeda, dan mempererat hubungan melalui kedekatan fisik yang sesuai dengan budaya (Harrison, 2021). Beberapa cara agar komunikasi lintas budaya yang sukses dapat diimplementasikan diantaranya dengan cara:

- i. Pelajari norma dan kebiasaan budaya lawan bicara. Sebelum memulai interaksi, luangkan waktu untuk mempelajari budaya lawan bicara. Membaca buku, artikel, atau menonton video tentang budaya mereka kemudian dapat juga bertanya kepada orang yang berasal dari budaya tersebut atau mencari informasi di internet

2. Perhatikan konteks situasi saat berkomunikasi. Makna isyarat nonverbal dapat berubah tergantung pada konteks situasi. Perhatikan suasana hati lawan bicara, topik pembicaraan, dan situasi di sekitar Anda saat menafsirkan isyarat nonverbal.
3. Gunakan isyarat nonverbal yang netral dan mudah dipahami. Hindari menggunakan isyarat nonverbal yang mungkin memiliki makna yang berbeda di budaya lain. Gunakan isyarat yang sederhana dan mudah dipahami oleh semua orang.
4. Jika ragu, tanyakan. Jika seseorang tidak yakin tentang arti isyarat nonverbal, jangan ragu untuk bertanya kepada lawan bicara. Mereka akan dengan senang hati menjelaskan maknanya.
5. Bersabarlah dan berpikiran terbuka. Membangun pemahaman lintas budaya membutuhkan waktu dan kesabaran. Bersikaplah terbuka terhadap perbedaan budaya dan hindari membuat asumsi.

Komunikasi nonverbal adalah bahasa universal yang diperkaya oleh budaya. Dengan memahami dan menghargai perbedaan budaya, seseorang dapat menggunakan komunikasi nonverbal untuk membangun jembatan pemahaman dan keakraban dengan orang dari seluruh dunia (Wiklund, 2016). Komunikasi nonverbal ibarat nada dalam bernyanyi, melengkapi dan memperkuat pesan verbal. Bayangkan seseorang berkata "tentu" dengan nada ketus sambil mengerutkan kening. Komunikasi nonverbalnya (nada dan ekspresi wajah) justru bisa mengkontradiksikan pesan verbalnya (setuju). Sebaliknya, anggukan dan senyuman saat menyampaikan ucapan belasungkawa bisa memperkuat perasaan empati yang ingin disampaikan (Saad *et al.*, 2023).

7.2 Spontanitas Nonverbal

Tidak semua komunikasi nonverbal direncanakan. Seseorang yang menggaruk karena gatal saat sedang mendengarkan presentasi termasuk komunikasi nonverbal yang

tidak disengaja. Sebaliknya, seseorang bisa jadi secara sadar menyilangkan tangan di depan dada untuk menunjukkan sikap defensif. Untuk memahami makna sebenarnya dari komunikasi nonverbal, penting untuk memperhatikan keseluruhan konteks komunikasi, termasuk pesan verbal yang disampaikan (Mavridis, 2015). Komunikasi nonverbal yang tidak disengaja seperti bisikan tersembunyi di balik keramaian kata-kata. Pesan nonverbal ini dikirim melalui ekspresi wajah, gestur tubuh, nada suara, bahkan jarak yang kita ciptakan saat berinteraksi. Seringkali, pesan nonverbal ini muncul tanpa kita sadari, dan bisa jadi selaras, namun tak jarang malah bertentangan dengan pesan verbal yang kita sampaikan. Beberapa contoh sederhana misalnya:

1. Mengangkat tangan dan menggaruk lengan mungkin terlihat sebagai tanda kebosanan atau kurang tertarik pada pembicaraan. Padahal, bisa jadi Anda sedang diganggu gigitan nyamuk yang mengganggu konsentrasi.
2. Menyilang tangan di depan dada kerap diartikan sebagai sikap defensif atau menutup diri. Namun, ini bisa jadi reaksi tidak sadar untuk mencari kehangatan di ruangan ber-AC yang dingin.
3. Menundukkan kepala saat berbicara dengan orang yang lebih tua atau dihormati umumnya dianggap sebagai bentuk penghormatan. Di sisi lain, bisa jadi ini merupakan refleksi rasa malu atau kurang percaya diri dalam menyampaikan pendapat.
4. Berbicara dengan nada pelan dan monoton terkadang ditafsirkan sebagai kurang bersemangat atau tidak peduli. Padahal, mungkin saja Anda sedang dalam kondisi lelah atau tidak terbiasa berbicara dengan intonasi yang tinggi

Dampak dari komunikasi nonverbal yang tidak disengaja ini bisa signifikan, seperti:

1. Pesan yang ingin disampaikan bisa disalahartikan atau dianggap tidak tulus. Misalnya, seorang atasan menjelaskan penugasan baru dengan nada datar sambil menyilangkan

- tangan. Seseorang mungkin menganggap tugas ini tidak penting padahal sebenarnya sebaliknya.
2. Inkonsistensi antara pesan verbal dan nonverbal dapat menimbulkan kesan bahwa seseorang sedang berbohong atau tidak dapat dipercaya. Misalnya, seseorang mengatakan setuju untuk membantu teman dengan proyeknya sambil mengeluarkan desahan panjang.
 3. Komunikasi nonverbal yang menunjukkan kebosanan atau kurangnya ketertarikan dapat membuat orang lain enggan berinteraksi lebih lanjut.

Beberapa cara yang dapat digunakan untuk menghindari kesalahpahaman akibat komunikasi nonverbal yang tidak disengaja diantaranya dengan cara:

1. Amati kebiasaan nonverbal kita sendiri, apakah kita sering menggigit bibir saat gugup? Mendingkan tangan saat konsentrasi? Perhatikan hal-hal kecil ini sebagai langkah awal untuk bisa mengendalikannya.
2. Sesuaikan komunikasi nonverbal dengan konteksnya. Saat presentasi, berdiri tegak dengan postur terbuka dan lakukan kontak mata dengan audiens akan menunjukkan kepercayaan diri. Duduk dengan posisi miring dan tangan di bawah dagu bisa lebih tepat saat berbincang santai dengan teman.
3. Kadang kala seseorang buta terhadap kebiasaan nonverbal sendiri. Minta tolong teman atau rekan kerja untuk memberikan perhatian pada isyarat nonverbal Anda saat berkomunikasi. Ini dapat membantu mengidentifikasi pesan nonverbal yang tidak sesuai dengan maksud kita.
4. Ketika seseorang fokus dan percaya diri dengan pesan yang ingin disampaikan, komunikasi nonverbal seseorang akan lebih sinkron dengan kata-kata kita.. Latihan berbicara di depan cermin dapat membantu meningkatkan kesadaran dan kepercayaan diri dalam berkomunikasi.

Intinya, komunikasi nonverbal yang tidak disengaja adalah bagian tak terpisahkan dari cara kita berinteraksi

(Metenková and Metenko, 2014). Dengan mengenali kebiasaan nonverbal diri sendiri dan beradaptasi dengan situasi, kita dapat meminimalisir kesalahpahaman dan menyampaikan pesan secara lebih efektif.

Ingat, komunikasi yang baik dibangun atas keselarasan antara apa yang kita katakan dan cara kita menyampaikannya (Walsh *et al.*, 2024).

7.3 Kesadaran Pelaku

Ekspresi wajah yang natural biasanya lebih akurat mencerminkan perasaan dibanding senyum yang dipaksakan. Ini karena ekspresi natural cenderung tidak disadari pelakunya, sehingga lebih mencerminkan emosi yang sebenarnya (Ifantidou, 2021). Sebaliknya, komunikasi nonverbal yang dibuat-buat, seperti senyum kaku saat grogi, justru bisa memunculkan kesan tidak tulus. Komunikasi nonverbal, bagaikan bahasa tubuh yang melengkapi kata-kata, memainkan peran penting dalam menyampaikan pesan dan membangun hubungan. Namun, sebagian besar komunikasi nonverbal dilakukan secara tidak sadar. Beberapa penyebab komunikasi nonverbal sering dilakukan secara tidak sadar diantaranya karena:

1. Reaksi yang instingtif dimana manusia memiliki kecenderungan alami untuk berekspresi secara nonverbal sebagai respons terhadap situasi tertentu. Contohnya, saat kita merasa senang, tersenyum atau tertawa muncul secara otomatis tanpa perlu dipikirkan.
2. Kebiasaan yang terinternalisasi dimana seiring waktu, kita membentuk kebiasaan nonverbal tertentu yang menjadi bagian dari cara kita berkomunikasi. Contohnya, menyilangkan tangan saat merasa tidak nyaman atau menggaruk kepala saat berpikir keras
3. Norma dan nilai budaya juga turut memengaruhi cara kita berkomunikasi secara nonverbal. Contohnya, kontak mata yang intens dianggap sopan di beberapa budaya, sementara di budaya lain dianggap tidak sopan atau agresif.

Dampak kesadaran terhadap komunikasi nonverbal diantaranya:

1. Dengan memahami kebiasaan nonverbal seseorang, kita dapat lebih mengontrol dan menyesuaikan isyarat tubuh kita sesuai dengan situasi dan pesan yang ingin disampaikan.
2. Keselarasan antara komunikasi verbal dan nonverbal membuat pesan seseorang lebih kredibel dan dapat dipercaya.
3. Memahami dan merespons isyarat nonverbal orang lain dengan tepat dapat membantu membangun hubungan yang lebih kuat dan mendalam.

Contoh adanya kesadaran dalam komunikasi nonverbal:

1. Seorang guru yang menyadari bahwa ekspresi wajah yang datar dan nada suara yang monoton dapat membuat murid merasa bosan atau tidak tertarik. Mengubah strategi dengan menggunakan bahasa tubuh yang lebih dinamis, variasi nada suara yang menarik, dan kontak mata yang hangat untuk meningkatkan keterlibatan murid.
2. Seorang presenter yang menyadari bahwa berdiri tegak dengan postur terbuka dan melakukan kontak mata dengan audiens dapat meningkatkan kepercayaan diri dan kredibilitas. Menyesuaikan gerakan tubuh dan gestur tangan untuk menekankan poin-poin penting dan membuat presentasi lebih menarik.
3. Seorang karyawan yang menyadari bahwa menyilangkan tangan saat berbicara dengan atasan dapat diartikan sebagai sikap defensif atau tidak setuju. Membuka diri dengan postur tubuh yang lebih santai dan menjaga kontak mata untuk menunjukkan keterbukaan dan kesediaan untuk bekerja sama.

Meningkatkan kesadaran dalam komunikasi nonverbal dapat diperoleh dengan cara:

1. Perhatian Penuh: Luangkan waktu untuk memperhatikan isyarat nonverbal diri sendiri maupun orang lain dalam

berbagai situasi. Catat pola dan kebiasaan nonverbal Anda dan orang lain.

2. **Penilaian Diri:** Refleksikan kebiasaan nonverbal Anda dan identifikasi apakah ada yang tidak sesuai dengan pesan yang ingin Anda sampaikan. Adakah gestur yang menunjukkan kegelisahan? Adakah ekspresi wajah yang tidak sesuai dengan situasi?
3. **Minta Umpan Balik:** Mintalah teman, keluarga, atau kolega untuk memberikan umpan balik tentang komunikasi nonverbal Anda. Mintalah mereka untuk memperhatikan isyarat tubuh, ekspresi wajah, dan nada suara Anda.
4. **Pelatihan Komunikasi:** Ikuti pelatihan atau workshop yang berfokus pada peningkatan keterampilan komunikasi nonverbal. Pelatihan ini dapat membantu Anda memahami makna di balik isyarat nonverbal dan belajar bagaimanamenggunakannya secara efektif. Kesadaran dalam komunikasi nonverbal merupakan kunci untuk menjadi komunikator yang lebih efektif dan membangun hubungan yang lebih kuat. Dengan melatih kesadaran dan kontrol terhadap isyarat tubuh kita, kita dapat menjembatani kesenjangan antara pesan yang ingin disampaikan dengan pesan yang diterima oleh orang lain. Ingatlah, komunikasi yang baik tercipta dari keselarasan antara kata-kata, isyarat nonverbal, dan kejujuran dalam menyampaikan pesan. Meningkatkan kesadaran dalam komunikasi nonverbal adalah proses yang berkelanjutan. Semakin banyak Anda berlatih dan memperhatikan, semakin Anda menjadi terampil dalam memahami dan menggunakan isyarat nonverbal secara efektif. Dengan demikian, Anda dapat membangun koneksi yang lebih meaningful dengan orang lain dan mencapai tujuan Anda dengan lebih mudah (Chawla *et al.*, 2024).

7.4 Universalitas Non Verbal

Beberapa ekspresi nonverbal memang memiliki makna yang cenderung universal, misalnya ekspresi terkejut yang ditandai dengan mata yang melebar dan mulut yang terbuka

(Grossman and Tager-Flusberg, 2012). Namun, secara umum, makna komunikasi nonverbal lebih bergantung pada budaya dan konteks. Ibu jari terangkat bisa berarti "OK" di negara Barat, namun dianggap sebagai hal yang kasar di negara lain. Dengan memahami batasan-batasan komunikasi nonverbal ini, kita bisa menjadi komunikator yang lebih baik. Seseorang bisa lebih jeli dalam menyampaikan pesan nonverbal yang selaras dengan pesan verbal, serta lebih akurat dalam menafsirkan pesan nonverbal yang disampaikan lawan bicara seseorang (Collins *et al.*, 2011). Universalitas komunikasi nonverbal seperti ibarat menari di antara budaya. Komunikasi nonverbal, lautan isyarat yang melampaui kata-kata, ibarat tarian yang dinamis dan penuh makna. Namun, tarian ini tak selalu seragam di seluruh dunia. Budaya, bagaikan alunan musik yang mengiringi tarian, turut membentuk dan mewarnai gerakan para penari. Meskipun demikian, para penari dari berbagai daerah terkadang menampilkan gerakan dasar yang sama, walaupun dibumbui oleh gaya dan interpretasi masing-masing. Demikian pula halnya dengan komunikasi nonverbal, yang memiliki elemen-elemen universal yang dipahami secara luas, namun juga dipengaruhi oleh kekayaan budaya yang beragam (Băiaș and Constantin, 2015). Jejak universalitas yang melekat diantaranya adalah:

1. Ekspresi Wajah: Bayangkan seorang bayi yang baru lahir menangis. Air mata yang mengalir, dahi yang mengerut, dan mulut yang terbuka lebar - ekspresi kesedihan ini dapat dikenali dan dipahami hampir di seluruh dunia, terlepas dari bahasa atau budaya. Charles Darwin, dalam bukunya "The Expression of the Emotions in Man and Animals," mengemukakan teori bahwa ekspresi wajah dasar seperti bahagia, sedih, marah, takut, terkejut, dan jijik bersifat universal dan merupakan bawaan lahir manusia. Penelitian lintas budaya secara luas mendukung teori ini, menunjukkan bahwa orang dari berbagai belahan dunia dapat mengenali dan memahami ekspresi wajah ini dengan akurasi yang tinggi.
2. Intonasi dan Nada Suara: Pernahkah Anda memperhatikan bagaimana nada suara seseorang dapat menyampaikan

banyak hal, bahkan tanpa kata-kata? Nada suara yang tinggi dan ceria seringkali dikaitkan dengan nada semangat, kebahagiaan, atau kegembiraan. Sebaliknya, nada suara yang rendah dan datar dapat diasosiasikan dengan kesedihan, kebosanan, atau bahkan depresi. Meskipun bahasa lisan memiliki perbedaan yang signifikan di seluruh dunia, penelitian menunjukkan

3. adanya pengenalan nada suara universal pada tingkat tertentu. Misalnya, nada suara yang meninggi di akhir kalimat seringkali ditafsirkan sebagai pertanyaan, sementara nada suara yang rendah dan datar di akhir kalimat dapat diartikan sebagai pernyataan.
4. Sentuhan Non-Seksual: Sentuhan non-seksual, seperti tepukan di punggung sebagai bentuk apresiasi, pelukan singkat yang menawarkan dukungan, atau genggam tangan yang menandakan simpati, merupakan isyarat nonverbal yang terlihat di berbagai belahan dunia. Meskipun budaya tentunya turut memengaruhi makna sentuhan - misalnya, pelukan yang dalam mungkin dianggap wajar di antara teman dekat di budaya Barat, namun bisa terasa terlalu intim di budaya lain - beberapa bentuk sentuhan dasar tampaknya dipahami secara universal. Sentuhan yang lembut dan penuh perhatian umumnya diartikan sebagai bentuk kasih sayang, dukungan, atau penghiburan.

Namun, penting untuk dicatat bahwa jejak universalitas komunikasi nonverbal ini tidak terhampar luas tanpa batas (Hogrefe *et al.*, 2012). Budaya mendefinisikan makna isyarat nonverbal secara lebih spesifik. Gerakan dasar tarian yang sama, misalnya mengangkat tangan, dapat memiliki makna yang berbeda tergantung pada konteks budaya, contohnya:

1. Di sebagian besar budaya Barat, anggukan kepala ke atas dan ke bawah dipahami sebagai tanda setuju atau "ya." Namun, di beberapa budaya seperti Bulgaria, Yunani, dan India, anggukan berulang justru dapat diartikan sebagai "tidak" atau ketidaksetujuan.

2. Jarak personal yang nyaman dalam berinteraksi memiliki arti yang berbeda di tiap budaya. Di Amerika Serikat, misalnya, orang cenderung menjaga jarak yang lebih renggang saat berbincang dengan orang yang tidak terlalu akrab. Ini dimaknai sebagai sikap menjaga privasi. Sebaliknya, di negara-negara Latin, jarak yang lebih dekat saat berinteraksi justru dianggap sebagai bentuk keramahan dan keakraban (Santangelo *et al.*, 2020).
3. Kontak mata yang intens dipandang sebagai tanda kejujuran, keterbukaan, dan ketertarikan di budaya Barat. Namun, di beberapa budaya Asia, kontak mata yang terlalu lama dapat dianggap tidak sopan atau sebagai bentuk tantangan.

Meskipun terdapat keterbatasan universalitas, komunikasi nonverbal tetap menjadi jembatan yang kuat untuk membangun pemahaman lintas budaya (Zalar, Kordeš and Kafol, 2015). Para penari dari berbagai daerah tetap dapat berkolaborasi dan menciptakan pertunjukan yang memukau, asalkan mereka memahami gaya dan gerakan dasar masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

- Băiaș, C.-C. and Constantin, E.C. (2015) 'Private Language, Non Verbal Communication and Acquisition of Psychological Concepts', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 191, pp. 1854–1858. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.320>.
- Chawla, M. *et al.* (2024) 'A lightweight and privacy preserved federated learning ecosystem for analyzing verbal communication emotions in identical and non-identical databases', *Measurement: Sensors*, 34, p. 101268. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.measen.2024.101268>.
- Collins, L.G. *et al.* (2011) 'Evaluating verbal and non-verbal communication skills, in an ethnogeriatric OSCE', *Patient Education and Counseling*, 83(2), pp. 158–162. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.pec.2010.05.012>.
- Grossman, R.B. and Tager-Flusberg, H. (2012) 'Quality matters! Differences between expressive and receptive non-verbal communication skills in adolescents with ASD', *Research in Autism Spectrum Disorders*, 6(3), pp. 1150–1155. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.rasd.2012.03.006>.
- Harrison, A. (2021) 'Experimental Investigation of Non-Verbal Communication in Eating Disorders', *Psychiatry Research*, 297, p. 113732. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.psychres.2021.113732>.
- Hogrefe, K. *et al.* (2012) 'Non-verbal communication in severe aphasia: Influence of aphasia, apraxia, or semantic processing?', *Cortex*, 48(8), pp. 952–962. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.cortex.2011.02.022>.
- Ifantidou, E. (2021) 'Non-propositional effects in verbal communication: The case of metaphor', *Journal of Pragmatics*, 181, pp. 6–16. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.pragma.2021>.

05.009.

- Islam, M.S. and Kirillova, K. (2020) 'Non-verbal communication in hospitality: At the intersection of religion and gender', *International Journal of Hospitality Management*, 84, p. 102326. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102326>.
- Kawai, E. *et al.* (2017) 'Maternal postpartum depressive symptoms predict delay in non-verbal communication in 14-month-old infants', *Infant Behavior and Development*, 46, pp. 33–45. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.infbeh.2016.11.006>.
- Mavridis, N. (2015) 'A review of verbal and non-verbal human-robot interactive communication', *Robotics and Autonomous Systems*, 63, pp. 22–35. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.robot.2014.09.031>.
- Metenková, Z. and Metenko, J. (2014) 'The Detection Psychological Manifestations of Non-verbal Communication by Interrogator', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 114, pp. 564–573. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.748>.
- Saad, A. *et al.* (2023) 'A Qualitative Analysis of an Interprofessional Musical Educational Workshop Focusing on Non-Verbal Communication Skills', *American Journal of Pharmaceutical Education*, 87(8), p. 100272. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ajpe.2023.100272>.
- Santangelo, A. *et al.* (2020) 'Recurring sequences of multimodal non-verbal and verbal communication during a human psycho-social stress test: A temporal pattern analysis', *Physiology & Behavior*, 221, p. 112907. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.physbeh.2020.112907>.
- Stickley, T. (2011) 'From SOLER to SURETY for effective non-verbal communication', *Nurse Education in Practice*, 11(6), pp. 395–398. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.nep.2011.05.009>.

doi.org/10.1016/j.nepr.2011.03.021.

- Tamminen, K.A. *et al.* (2022) 'Parent and child car-ride interactions before and after sport competitions and practices: Video analysis of verbal and non-verbal communication', *Psychology of Sport and Exercise*, 58, p. 102095. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2021.102095>.
- Walsh, E.A. *et al.* (2024) 'Human-dog communication: How body language and non-verbal cues are key to clarity in dog directed play, petting and hugging behaviour by humans', *Applied Animal Behaviour Science*, 272, p. 106206. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.applanim.2024.106206>.
- Wiklund, M. (2016) 'Interactional challenges in conversations with autistic preadolescents: The role of prosody and non-verbal communication in other-initiated repairs', *Journal of Pragmatics*, 94, pp. 76–97. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.pragma.2016.01.008>.
- Wilson, G. *et al.* (2020) 'Non-verbal communication, emotions, and tensions in co-production: Reflections on researching memory and social change in Peru and Colombia', *Emotion, Space and Society*, 37, p. 100717. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.emospa.2020.100717>.
- Zalar, K., Kordeš, U. and Kafol, B.S. (2015) 'Non-verbal Communication in Music Lessons', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 186, pp. 704–712. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.151>.

BAB 8

DEFINISI TUJUAN DAN EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PRIBADI

Oleh Juariyah

Pada bab 8 ini akan dibahas tentang definisi tujuan dan efektivitas komunikasi pribadi. Adapun uraian nya adalah sebagai berikut:

8.1 Definisi Komunikasi Pribadi

Sebelum membahas definisi komunikasi pribadi ada baiknya mengingat kembali definisi komunikasi secara etimologi komunikasi berasal dari kata *communis* yang berarti sama, yang berasal dalam bahasa Inggris *communication*. Sehingga komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna antara penyampai pesan atau yang disebut komunikator dan penerima pesan yang disebut juga komunikan.. Komunikasi pribadi meliputi komunikasi intra pribadi (*intrapersonal communication*) dan komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*). Komunikasi intrapribadi yaitu komunikasi dengan diri sendiri. Misalnya berpikir, merenungkan sesuatu dan lain lain. Adapun penjelasan tentang komunikasi Pribadi yang meliputi komunikasi intrapribadi dan antarpribadi adalah sebagai berikut:

8.1.1. Komunikasi intrapribadi

Yang dimaksud komunikasi intrapribadi adalah komunikasi yang berlangsung dengan diri sendiri atau dalam diri seseorang baik peranannya sebagai komunikator maupun sebagai komunikan. Ketika seseorang mempertanyakan sesuatu pada dirinya, berbicara sesuatu dengan dirinya dan dijawab oleh dirinya itu sebagai contoh komunikasi intrapribadi, biasanya ketika seseorang ingin berbicara dengan orang lain maka ia

akan melakukan komunikasi dengan dirinya. Pada komunikasi intrapribadi di dalamnya meliputi sensasi, persepsi, memori dan berfikir. Sensasi menurut (Wolman, 1973) adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera (Rakhmat, 2007). Selanjutnya dijelaskan, bahwa melalui alat indera kita dapat merasakan indahnya dunia, melalui alat indera kita bisa mencium harunya bunga, sentuhan orang tersayang, mendengarkan alunan lagu yang indah, melihat pemandangan alam nan indah dan sebagainya. Segala sesuatu yang menyentuh alat indera baik dari dalam maupun dari luar maka disebut stimulus dan ketajaman sensasi ditentukan oleh faktor personal misalnya pedasnya masakan rendang Padang bagi orang Jawa tetapi bagi orang Padang mereka menganggapnya biasa saja. Sehingga perbedaan sensasi disebabkan adanya perbedaan pengalaman dan lingkungan budaya yang dimiliki oleh masing-masing seseorang. Selanjutnya adalah persepsi, definisinya, adalah memberikan makna pada stimulus inderawi atau pengalaman tentang objek, peristiwa, hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Dari definisi persepsi ini maka sensasi adalah bagian dari persepsi dan persepsi ini ditentukan juga oleh adanya faktor personal dan situasional, contohnya jika seseorang memuji anda tetapi apa yang anda rasakan malah sebaliknya misalnya itu berarti anda salah dalam menafsirkan pujian tersebut. Setelah penjelasan sensasi, dan persepsi yang mempengaruhi komunikasi intrapersonal, berikutnya adalah memori, memori ini sangat memegang peranan baik persepsi maupun berpikir. Definisi memori menurut Schlessinger adalah sistem yang sangat terstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya, Setiap saat stimulus bekerja mengenai indera kita, maka setiap saat pula stimulus itu direkam memori baik secara sadar maupun tidak sadar (Rakhmat, 2007). Terdapat tiga proses dalam memori, proses perekaman, proses penyimpanan dan proses

pemanggilan. Proses perekaman adalah proses pencatatan informasi melalui reseptor indera dan sirkit saraf internal, penyimpanan yaitu menentukan berapa lama informasi itu berada dalam tubuh kita dan pemanggilan yaitu dalam bentuk mengingat kembali menggunakan informasi yang disimpan. Berikutnya adalah berfikir, menurut Paul Mussen dan Mark R Rosenzweig berfikir menunjukkan berbagai kegiatan yang melibatkan penggunaan konsep dan lambang, sebagai pengganti objek dan peristiwa (Mussen & Rosenzweig, 1973).

8.1.2 Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) merupakan salah satu bentuk komunikasi yang umumnya terjadi dalam *setting privat* dimana dalam komunikasi ini melibatkan pertemuan tatap muka secara langsung. Bentuk komunikasi ini paling banyak kita lakukan sehari-hari seperti contohnya kita berkomunikasi dengan Ayah kita, Ibu kita, keluarga, teman, guru, dosen dan lain-lain. Seperti yang kita alami ketika masuk dalam lingkungan dan kita suka tidak suka, mau tidak mau kita akan berkomunikasi dengan orang-orang yang tidak kita kenal, seringkali kita harus bisa mengenal dan membina hubungan dan memeliharanya, karena komunikasi antarpribadi tidak hanya dalam konteks yang positif, adakalanya dinamika relasi yang menempatkan relasi antagonis. Dengan komunikasi antarpribadi memiliki peranan yang sangat penting untuk menyeimbangkan dinamika relasi ini, misalnya ketika kita berada dalam lingkungan baru, kita akan melakukan komunikasi dengan tetangga agar diterima, dan ketika sudah diterima, kita perlu melakukan komunikasi untuk menjaga relasi dengan orang-orang di sekitar kita. Komunikasi antarpribadi dalam kehidupan sehari-hari membantu menyelesaikan permasalahan, membantu menentukan dan membuat keputusan dan melakukan tindakan yang sesuai.

Definisi komunikasi antarpribadi yang dikemukakan oleh DeVito yaitu komunikasi atau pengiriman pesan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain dengan efek dan feedback yang langsung diterima (DeVito, 1982). Effendy juga

menyebutkan bahwa pada hakekatnya komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara seorang komunikator dengan komunikan yang paling efektif dalam mengubah sikap, pendapat, atau perilaku manusia karena prosenya yang dialogis (Effendy, 2011). Dari beberapa definisi tersebut dapatlah disimpulkan kalau komunikasi antarpribadi memiliki beberapa ciri antara lain (1) spontan (2) tidak memiliki struktur (3) tidak disengaja atau kebetulan (4) tidak direncanakan (5) terjadi dengan orang-orang yang terkadang keanggotaannya kurang jelas (6) sambil lalu. Pendapat lain dikemukakan oleh DeVito, terdapat lima (5) ciri dalam komunikasi antarpribadi yaitu: (1) adanya keterbukaan (2) empati atau menempatkan kondisi kita pada situasi komunikan (3) dukungan (4) perasaan positif, (5) kesamaan (DeVito, 1982). Adapun Evert M. Rogers mengungkapkan terdapat 6 (enam) ciri komunikasi antarpribadi (1) arus pesan terjadi dua arah (2) komunikasi konteksnya tatap muka (3) tingkat feedbacknya atau umpan balik nya tinggi, (4) kemampuan selektivitinya tinggi (5) menjangkau sasaran yang besar sangat lamban (6) efek nya adalah perubahan sikap (Rogers & Shoemaker, 1971). Dari beberapa ciri tersebut dapat disimpulkan bahwa ciri komunikasi antar pribadi (1) spontanitas (2) tatap muka (3) secara kebetulan (4) tidak disengaja (5) terjadi dialogis atau berbalasan (6) terjadi paling sedikit dua orang (7) harus membuahkan hasil (8) memakai lambang lambang yang bermakna.

Secara umum, ciri-ciri komunikasi antarpribadi yaitu bersifat spontan, terjadi secara kebetulan, tidak memiliki identitas keanggotaan yang jelas, dan biasanya sambil lalu. Komunikasi bentuk ini disebut juga dengan istilah komunikasi diadik (*dyadic communication*). Komunikasi ini biasanya melibatkan hanya dua orang yang memiliki kedekatan emosional diantara keduanya. Adapun cirinya para partisipan berada pada jarak yang sangat dekat, dan mereka saling bertukar lambang atau mengirimkan dan menerima pesan secara verbal maupun nonverbal dan dalam kondisi spontan dan simultan. Contoh hubungan diadik biasanya ditunjukkan seperti dua orang kekasih atau sahabat yang sangat dekat, hubungan

yang sangat dekat ditandai dengan kedekatan emosional diantara keduanya yang membedakan proses komunikasinya dibandingkan yang tidak memiliki kedekatan emosional serupa. Hubungan yang ditandai dalam level dimensi isi dan hubungan di antara partisipan komunikasi. Dimensi isi dan hubungan yang terjadi pada komunikasi antara sahabat sangat berbeda dengan proses komunikasi antara atasan dan bawahan di lingkungan kantor misalnya, hubungan komunikasi yang terjadi dalam proses komunikasi sahabat cenderung lebih *egaliter* jika dibandingkan dengan hubungan komunikasi antara atasan dan bawahan di tempat kerja.

Hubungan komunikasi yang terjadi dalam interaksi sosial dapat pula dalam bentuk yang *simetris* dan *komplementer*. Hubungan yang bersifat simetris disebut juga dengan hubungan yang setara, dimana di dalamnya saling mencerminkan yang terlibat dalam komunikasi, misalnya ketika terdapat orang yang melakukan sesuatu dan diikuti oleh yang lainnya, sehingga dalam hubungan yang simetris ini jarang terjadi perbedaan. Dengan kata lain semakin mirip perilaku seseorang maka akan semakin simetris. Contoh lain misalnya dalam persaingan penjualan minuman dingin segar yang dijual di pinggir jalan untuk pelepas dahaga bagi pemudik, ketika penjual A melakukan promosi sesuatu, maka akan diikuti oleh penjual B dan penjual C dan seterusnya. Sedangkan hubungan yang bersifat *komplementer* adalah hubungan yang tidak setara dan saling melengkapi. Hubungan yang bersifat komplementer ini kebalikan dari simetris, dimana jika simetris lebih menekankan pada minimalisasi perbedaan, kalau komplementer justru sarat akan perbedaan perilaku bagi pelaku yang berkomunikasi, hubungan komplementer ini dinilai lebih produktif jika dibandingkan dengan hubungan simetris, hubungan yang bersifat komplementer cenderung untuk bersikap bertolak belakang, meskipun potensi konfliknya tidak sebanyak yang terjadi pada hubungan simetris. Hubungan komplementer ini contohnya hubungan antara atasan dan bawahan di tempat kerja, antara seorang guru dengan muridnya dan seorang dosen dan mahasiswanya bisa disebut hubungan *komplementer*.

8.1.3 Kesadaran Pengungkapan Diri

Komunikasi antarpribadi memungkinkan komunikator menggunakan pancainderanya secara maksimal ketika berkomunikasi salah satu faktor untuk mencapai keakraban dalam berkomunikasi adalah dengan kesadaran dan pengungkapan diri dalam berkomunikasi. Kesadaran diri terkait dengan cara seseorang mengenali dan memaknai dirinya dapat dilihat melalui Jendela Johari terdiri dari empat ruang secara berbeda yaitu daerah terbuka, daerah buta, daerah gelap dan daerah tertutup penjelasan keempat ruang tersebut adalah sebagai berikut:

1. Daerah Terbuka (*Open self*)

Daerah terbuka ini disebut juga *open area*, daerah ini berisi berbagai informasi yang bisa diketahui oleh diri kita dan orang lain. Bentuk informasi sendiri sangat beragam yang didominasi bersifat umum seperti nama, usia, jenis kelamin, agama, latar belakang pendidikan. Luasnya daerah terbuka antara satu orang dengan orang lain dapat berbeda beda tergantung dari tingkat kenyamanan yang dirasakan. Ketika kita membuka lebar daerah terbuka pada sejumlah orang yang membuat kita nyaman dan tidak membukanya selebar itu pada orang lain yang tidak membuat kita nyaman. Daerah terbuka ini dianggap daerah yang paling efektif dalam berkomunikasi. Dengan istilah lain saya okay, kamu okay.

2. Daerah Buta (*Blind Self*)

Daerah ini menunjukkan bahwa daerah yang berisi informasi tentang diri kita tetapi tidak diketahui oleh diri kita, tetapi diketahui oleh orang lain. Bentuk informasi di daerah buta ini pada umumnya berupa kebiasaan-kebiasaan yang tidak kita sadari tetapi disadari oleh orang lain. Dengan kata lain saya tidak okay, kamu okay.

3. Daerah Tertutup (*Hidden Self*)

Daerah ini biasanya berisi tentang informasi tentang diri sendiri dan orang lain yang kita ketahui, akan tetapi informasi ini tidak diketahui oleh orang lain. Daerah ini biasa disebut daerah tersembunyi, informasi di daerah ini

cenderung bersifat rahasia dan tidak disampaikan orang, dengan kata lain saya okay, kamu tidak okay.

4. Daerah Gelap (*Unknown Self*)

Daerah ini disebut juga daerah tidak dikenal, yang berisi informasi tentang diri kita yang tidak diketahui oleh diri kita dan juga orang lain. Biasanya ini terjadi di alam bawah sadar dan memerlukan perlakuan (*treatment*). Atau dengan bantuan bantuan dan kondisi tertentu sehingga dapat diungkapkan, dengan kata lain saya tidak okay, kamu tidak okay.

Untuk menciptakan keakraban dalam proses komunikasi ini tentunya dibutuhkan kesadaran diri dari masing - masing individu, artinya setiap orang harus memiliki kesadaran dan mau mengungkapkan dirinya sehingga dapat dikenali oleh orang lain. Pengungkapan diri ini penting karena sebagai bentuk komunikasi yang dapat dilihat orang lain bagaimana kita mengungkapkan informasi tentang diri kita yang sebelumnya kita sembunyikan, dan caraya dapat melalui pesan verbal maupun nonverbal.

8.1.4 Syarat Kelancaran Proses Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi secara efektif merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam berkomunikasi, disini diperlukan kemampuan oleh setiap individu, sehingga tercapai kelancaran yang diinginkan. Kelancaran dalam proses komunikasi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari pihak komunikator, dari pihak komunikan, isi pesan yang disampaikan, ataupun cara penyampaian. Jika dikaji dari pihak komunikator dan isi pesan yang disampaikan, maka terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kelancaran proses komunikasi antarpribadi antara lain adalah:

1. Komunikan

Komunikan adalah orang yang menerima pesan, maka seorang komunikator seharusnya memperhatikan komunikan yang diajak dalam berkomunikasi, salah satunya komunikator harus mengetahui informasi terkait

komunikasikan sehingga dapat menyusun pesan yang cocok dan sesuai sehingga dapat dipahami, semakin banyak informasi yang diperoleh maka semakin tepat dalam menyusun pesannya. Terdapat beberapa informasi yang perlu diketahui seperti latar belakang budaya, edukasi komunikasi, hal ini dapat kiranya untuk mengurangi resiko salah paham antara komunikator dan komunikan.

2. Persepsi

Persepsi berkaitan dengan pandangan kita terhadap suatu kejadian, di dalamnya meliputi proses seleksi, menerima, menegosiasikan, dan menafsirkan informasi. Dalam berkomunikasi faktor yang paling penting adalah adanya persamaan persepsi antara komunikator dan komunikan, karena jika ada perbedaan diantara komunikator dan komunikan maka akan terjadi hambatan.

3. Nilai

Disebut juga dengan *value* atau konsep umum tentang sesuatu yang dianggap baik, juga dapat diartikan sebagai bentuk penghargaan serta keadaan yang bermanfaat bagi manusia, sebagai acuan dalam menilai dan melakukan suatu tindakan. Dalam berkomunikasi antara komunikator dan komunikan hal ini sangat penting sehingga dapat menghargai nilai masing-masing.

4. Emosi

Emosi merupakan perasaan yang muncul sebagai respon dari situasi tertentu, untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif, sebaiknya kita harus benar benar memahami emosi yang terjadi pada diri komunikan, sehingga meminimalisir resiko perbedaan penafsiran pesan yang kita sampaikan.

5. Peran

Dalam berkomunikasi, komunikator tidak selalu memainkan peran yang sama. Peran ini terkait dengan gaya seseorang dalam berkomunikasi, ada saatnya berperanan sebagai pembawa acara yang santai dan menghibur para audiens, kadang juga berperan seperti orator yang tegas.

6. Tatanan Interaksi

Yang dimaksud tatanan interaksi adalah terkait dengan seting atau keadaan yang dibuat ketika interaksi terjadi, hal ini berhubungan dengan lokasi dan kondisi yang terjadi di ruang interaksi.

Kelancaran dalam kegiatan komunikasi tidak hanya dari usaha komunikator dalam menyusun dan menyampaikan pesan, tetapi faktor komunikan juga berperan sangat penting, oleh karena itu kompetensi yang harus dimiliki oleh komunikator dan komunikan adalah kompetensi untuk mendengarkan dengan baik. Mendengarkan (*listening*) berbeda dengan mendengar (*hearing*). Mendengar (*hearing*) adalah proses fisiologis saat telinga kita mendapatkan stimulus seperti suara, sedangkan mendengarkan (*listening*) lebih sebagai proses aktif ketika telinga kita mendapatkan stimulus suara dan memproses stimulus tersebut. Hal ini dapat dibagi seperti:

1. Mendengarkan untuk kesenangan, yaitu seperti mendengarkan suara-suara yang menyenangkan perasaan kita seperti mendengarkan lagu yang kita sukai
2. Mendengarkan untuk informasi, biasanya saat kita mendengarkan berita breaking news dari televisi, maka kita sedang mendengarkan pesan yang disampaikan oleh komunikator untuk memenuhi kebutuhan informasi kita.
3. Mendengarkan untuk membantu, yaitu biasanya berfungsi untuk aktivitas yang dijumpai dalam kehidupan sosial, misalnya seorang psikolog mendengarkan cerita klien nya, seseorang mendengarkan cerita sahabatnya, dan membantunya mencari jalan keluar dari permasalahan yang dihadapinya.

Selain faktor yang disebutkan diatas, kualitas komunikasi antarpribadi diantaranya tidak hanya didukung oleh kompetensi komunikator dan komunikan, akan tetapi juga bagaimana meningkatkan kualitas komunikasi yang dilakukan antara lain adalah:

1. Mengembangkan rasa percaya, kepercayaan yang dibangun sejak awal terjadinya komunikasi, sehingga membuka dirinya untuk lebih leluasa
2. Menunjukkan dukungan, seseorang akan nyaman berkomunikasi jika lawan bicaranya berada di pihak yang sama dengannya. Bentuk dukungan ini biasanya dimunculkannya empati, ketulusan, persamaan sudut pandang, dan orientasi terhadap permasalahan
3. Keterbukaan, hal ini ditandai dengan menerima segala bentuk pemikiran, informasi atau sudut pandang orang lain meskipun berbeda dengan hal hal yang diyakininya.

8.2 Tujuan Komunikasi Pribadi

Terdapat 6 (enam) tujuan komunikasi antarpribadi:

1. Untuk tujuan megenal antara diri sendiri dan orang lain
2. Untuk tujuan mengetahui dunia luar
3. Untuk tujuan menciptakan dan memelihara hubungan
4. Untuk tujuan mengubah sikap dan perilaku
5. Untuk tujuan bermain dan entertaint
6. Untuk tujuan membantu orang lain

Penjelasan diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk Mengenal Diri dan orang lain
Komunikasi antarpribadi adalah salah satu cara untuk mengenal diri kita sendiri, salah satu caranya dengan memberikan kesempatan untuk berkomunikasi dengan diri sendiri. Berkomunikasi atau membicarakan tentang diri kita kepada orang lain, dengan cara ini kita mendapat perspektif baru tentang penilaian orang lain pada diri kita sehingga diri kita lebih memahami secara mendalam tentang sikap dan perilaku kita. Melalui komunikasi antarpribadi ini pada kenyataannya persepsi diri kita ini sebagian besar adalah hasil dari yang kita pelajari tentang diri kita dari orang lain. Selain itu kita dapat belajar sejauhmana kita membuka diri pada orang lain dan mengetahui nilai, sikap, dan perilaku orang lain juga dapat memprediksi dan menanggapinya.

2. Untuk Mengetahui Dunia Luar

Melalui komunikasi antarpribadi kita dapat mengetahui dunia luar, memahami tentang objek kejadian di lingkungan kita. Walaupun sebagian besar informasi berasal dari media massa, namun informasi dari media massa ini sering menjadi topik yang hangat untuk dibahas dalam komunikasi antarpribadi. Bahan obrolan dengan teman, keluarga, atau tetangga terkadang dari berita-berita yang viral diberitakan di media massa baik televisi, radio, surat kabar dan media sosial lainnya, dan biasanya nilai, sikap, keyakinan dan perilaku kita banyak dipengaruhi oleh komunikasi antarpribadi dibandingkan dengan media massa.

3. Untuk tujuan menciptakan dan memelihara hubungan

Sebagai makhluk sosial manusia akan selalu berusaha untuk menciptakan dan memelihara hubungan dekat dengan orang lain dan orang di sekitarnya, hal ini dikarenakan kita tidak ingin hidup sendiri dan terisolasi dari kehidupan di masyarakat. Salah satu kebutuhan manusia adalah rasa dicintai, disukai, dari orang lain dan melalui komunikasi antarpribadi ini dapat menciptakan dan memelihara hubungan sosial dengan orang lain, sehingga dapat membantu mengurangi kesepian, dan ketegangan serta membuat diri kita merasa lebih bahagia, lebih positif tentang diri kita sendiri.

4. Untuk tujuan mengubah sikap dan perilaku

Salah satu tujuan komunikasi antarpribadi untuk mengubah sikap dan perilaku, kita sering berupaya menggunakan sikap dan perilaku melalui komunikasi antarpribadi. Misalnya kita ingin seseorang memilih suatu cara, mencoba sesuatu, menawarkan barang, menonton film percaya sesuatu benar dan sebagainya melalui komunikasi antarpribadi, kita banyak menggunakan untuk membujuk seseorang melalui komunikasi antarpribadi.

5. Untuk tujuan bermain dan *entertainment*/hiburan

Menurut ahli sejarah Huizinga, bahwa manusia adalah makhluk yang *homo ludens*, bermain merupakan budaya universal, karena bermain bagi sifat manusia. Bermain juga

adalah kegiatan untuk mencapai kesenangan, bercerita dengan teman, membahas tentang olah raga, bersenda gurau menceritakan hal yang menarik dan lucu, merupakan kegiatan untuk memperoleh hiburan. Hal semacam ini terkadang perlu dilakukan untuk melepas ketegangan, kejenuhan dan keseriusan dari rutinitas pekerjaan sehari-hari (Huizinga, 1971).

6. Untuk tujuan membantu orang lain

Profesi seperti Psikolog, Psikiater, ahli terapi, merupakan profesi yang fungsinya untuk menolong orang lain yang sebagian besar dalam melakukan tugasnya melalui komunikasi antarpribadi. Begitu pula yang kita lakukan ketika memberikan saran atau nasehat pada teman kita yang mengalami masalah, kita berusaha untuk membantu menyelesaikan masalah tersebut hal ini disebut dengan membantu orang lain melalui komunikasi antarpribadi.

Komunikasi antarpribadi merupakan proses yang unik, hal ini dikarenakan kegiatan yang terjadi dalam komunikasi antarpribadi tidak seperti yang terjadi pada komunikasi lainnya. Komunikasi antarpribadi melibatkan paling sedikit dua orang yang masing masing memiliki sifat yang berbeda, nilai nilai yang berbeda beda, pendapat dan sikap juga berbeda dan komunikasi antarpribadi melibatkan pelaku yang saling bertukar informasi, menyampaikan gagasan, pikiran dan sebagainya yang disebut juga sebagai proses transaksional. Karena komunikasi antarpribadi sebagai proses transaksional maka di dalamnya terdapat proses yang di dalamnya terdapat komponen-komponen yang saling tergantung atau interdependensi.

Komunikasi antarpribadi sebagai proses merupakan rangkaian tindakan dan kejadian -kejadian yang terus menerus artinya komunikasi antarpribadi bukan statis, melainkan sebuah proses yang dinamis. Yang dimaksud dengan dinamis yaitu sesuatu segala sesuatu yang terjadi dalam komunikasi antarpribadi, selalu dalam keadaan berubah, baik para pelakunya, pesan yang terkandung di dalamnya, maupun faktor lingkungannya. Perubahan- perubahan yang terjadi terkadang tidak kita sadari dan kita tidak perhatikan, tetapi proses

perubahan ini terus terjadi. Kita bisa membayangkan peristiwa yang terjadi dalam sebulan dengan siapa saja kita melakukan pembicaraan dan bagaimana solusinya.

Komunikasi antarpribadi dapat digambarkan juga sebagai proses yang sirkuler dan terus menerus, yang artinya bahwa setiap orang yang terlibat mereka bertindak sebagai pembicara atau komunikator dan bertindak sebagai komunikan, dan sebagai proses yang terus menerus diartikan komunikasi yang berlangsung tanpa henti yang batasannya tidak jelas antara yang awal dan yang akhir. Dalam komunikasi antarpribadi juga memiliki komponen-komponen yang saling berkaitan saling tergantung antara satu dan yang lainnya, dan setiap komponen itu memiliki hubungan atau kaitannya baik dengan komponen lain maupun dengan komponen secara keseluruhan, sehingga dalam komunikasi antarpribadi tidak ada komunikator tanpa komunikan, tidak ada pesan-pesan tanpa pengirim, dan tidak ada *feedback* tanpa penerima atau komunikan. Contohnya Budi sedang marah mengemukakan kekesalannya sendiri di dalam kamar, contoh yang disebutkan diatas tidak menggambarkan komunikasi antarpribadi karena tidak ada orang lain di sekitar Budi ketika Budi sedang marah marah mengemukakan kekesalannya atas peristiwa yang terjadi. Dikarenakan saling bersifat tergantung inilah maka perubahan yang terjadi pada suatu komponen akan menyebabkan perubahan pada komponen yang lainnya. Salah satu contohnya ketika Rani sedang asyik berbicara dengan Siska tiba-tiba muncul Danu ikut bergabung, seketika itu Rani dan Siska mengalihkan arah pembicaraan yang menyebabkan perubahan ekspresi dan isi pembicaraan Rani dan Siska. Dengan demikian, perubahan pada para pelaku komunikasi antarpribadi ini akan menyebabkan perubahan pada aspek lainnya seperti masalah yang dibicarakan maupun ekspresi wajah di dalamnya. Adanya hal ini menyebabkan tidak ada aksi atau reaksi yang dapat diulang, artinya tidak ada seseorang yang dapat melakukan hal yang persis sama, tidak ada tindakan yang dilakukan oleh seseorang yang persis sama dari waktu ke waktu berikutnya, disinilah ciri komunikasi antarpribadi yang

disebut dengan tidak dapat diulang (*unrepeatability*). Sehingga interaksi yang terjadi dalam komunikasi antarpribadi merupakan pengalaman-pengalaman baru.

8.3 Efektifitas Komunikasi Pribadi

Sebagai suatu bentuk perilaku yang selalu berubah, komunikasi antarpribadi merupakan bentuk komunikasi yang dianggap sangat efektif, dan perlu kita pahami bahwa setiap tindakan komunikasi adalah berbeda dan memiliki keunikan - keunikan tersendiri. Dibawah ini akan dibahas karakteristik-karakteristik efektifitas komunikasi antarpribadi yang di bahas dalam buku *The Interpersonal Communication Book* oleh Devito yang meliputi dua perspektif yaitu:

8.3.1 Perspektif *Humanistik* meliputi:

1. Keterbukaan
2. Perilaku suportif
3. Perilaku positif
4. Empati
5. Kesamaan

8.3.2 Perspektif *Pragmatis* meliputi:

1. Bersikap yakin
2. Kebersamaan
3. Manajemen Interaksi
4. Perilaku Ekspresif
5. Orientasi pada orang lain

Kedua perspektif di atas saling melengkapi diantara satu dan lainnya, masing -masing memberikan penjelasan tentang sifat-sifat yang dimaksud dalam upaya untuk meningkatkan komunikasi antarpribadi. Namun terdapat beberapa karakteristik dari kedua perspektif di atas memiliki maksud yang hampir sama, seperti empati dalam perspektif humanitis, terdapat juga perspektif pragmatis terasuk dalam orientasi pada orang lain (DeVito, 1982). Penjelasan terkait perspektif *Humanistik* mengacu pada pendekatan yang berasal pendekatan

psikologi *humanistik* dengan tokoh nya Abraham Maslow, Gordon Allport, dan Carl Rogers. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Keterbukaan

Terdapat dua aspek terkait keterbukaan, yang pertama, adalah seseorang atau kita harus terbuka dengan orang-orang yang berkomunikasi dengan kita, walaupun bukan berarti harus menceritakan semua latar belakang kehidupan, tetapi adanya kemauan untuk membuka diri pada masalah yang bersifat umum misalnya, sehingga orang lain akan mengetahui pendapat, pikiran dan gagasan yang kita miliki, dan komunikasi dapat berlangsung lancar. Yang kedua, adalah adanya kemauan dari diri kita untuk memberikan tanggapan pada orang lain dengan jujur dan terbuka, terus terang, tentang segala sesuatu yang dikatakannya dan demikian pula sebaliknya. Kita ingin adanya tanggapan yang jujur dan terbuka tentang apa yang kita katakan dan secara spontan dari orang kita ajak bicara.

2. Empati

Pengertian empati adalah kemampuan seseorang dalam menempatkan diri secara psikologis pada peranan posisi orang lain. Artinya ketika seseorang secara emosional dan intelektual memahami yang dirasakan oleh orang lain, secara singkatnya melalui empati ini seseorang berusaha menempatkan, merasakan, seperti yang dirasakan orang lain. Kata empati berbeda dengan simpati, seperti contoh ketika teman kita kehilangan orang tua yang mengalami kecelakaan, kalau simpati kita merasa kasihan dan sedih, berbeda dengan empati kita berusaha dan ikut merasakan apa yang dirasakannya. Hal ini mungkin agak sulit, mencapai kemampuan untuk berempati apalagi terkait pengalaman orang lain yang di dalamnya terdapat perasaan, nilai-nilai, sikap, perilaku orang lain.

3. Perilaku *Suportif*

Yang dimaksud dengan perilaku *suportif* adalah ketika seseorang dalam permasalahan tidak bersikap bertahan. Suasana suportif didukung dengan keterbukaan dan empati, yang di dalamnya terdapat deskriptif, spontanitas, dan *profesionalisme*.

DAFTAR PUSTAKA

- DeVito, J. A. (1982). *Communicology: An Introduction to the Study of Communication*. *Harper & Row*.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu komunikasi: teori dan praktek*. *PT Remaja Rosdakarya*.
- Huizinga, J. (1971). *Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture*. *Beacon Press*.
- Liliweri, A. (1991). *Komunikasi antar pribadi*. *Citra Aditya Bakti, Bandung*.
- Mussen, P. H., & Rosenzweig, M. R. (1973). *Psychology: An Introduction*. *Heath*.
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi*. *Remaja Rosdakarya, Bandung*.
- Rogers, E. M., & Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of Innovations: A Cross-cultural Approach*. *Free Press, London*.
- Wolman, B. B. (1973). *Dictionary of Behavioral Science*. *Van Nostrand Reinhold Company*.

BAB 9

PROSES DAN DAMPAK KOMUNIKASI MASSA

Oleh Fathimah Nadia Qurrota A'yun

9.1 Pendahuluan

Komunikasi massa telah berkembang pesat dalam kehidupan masyarakat terutama di era modern ini. Komunikasi massa telah menjadi elemen penting dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi identitas budaya. Media massa yang mencakup surat kabar, radio, televisi, internet mampu menyebarkan informasi kepada audiens luas dalam waktu yang singkat.

Komunikasi massa melibatkan interaksi yang kompleks antara media, pesan dan audiens. Terdapat beberapa tahap dalam proses persebarannya, mulai dari memproduksi konten yang mengandung pesan, mendistribusikan melalui berbagai platform hingga sampai kepada para audiens.

(Yumeldasari, 2019) mendefinisikan komunikasi massa sebagai proses penyampaian pesan kepada khalayak dalam jumlah yang besar secara serentak. Dampak komunikasi massa sangat luas dan beragam hingga dapat membentuk persepsi publik, membangun *personal branding*, hingga mempengaruhi perilaku dan sikap individu atau kelompok. Maka, media massa sebagai alat komunikasi memiliki potensi untuk mendukung atau menghambat perubahan sosial, tergantung bagaimana media digunakan dan diterima masyarakat.

Oleh karena itu, proses dan dampak komunikasi massa perlu dipahami secara lebih mendalam oleh seluruh masyarakat sebagai pihak yang terlibat langsung dalam komunikasi massa supaya lebih bijak dalam pemanfaatannya. Penelitian dan diskusi yang tercakup dalam buku ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai aspek komunikasi massa, melalui teori

dan model dasar hingga isu-isu kontemporer seperti etika media dan dampak digitalisasi. Diharapkan kajian ini dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang peran media massa dalam kehidupan bermasyarakat serta memberikan manfaat pada penggunaanya dan meminimalkan resiko negatif yang menyertainya.

9.2 Definisi dan Konsep Dasar Komunikasi Massa

Komunikasi massa berasal dari dua kata yakni komunikasi dan massa. Wilbur Schramm menjelaskan komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* atau *common* yang artinya sama, sementara massa menurut P.J. Bouman menunjukkan jumlah audiens yang luas meski tidak dalam ikatan organisasi namun ada persamaan jiwa (Novi *et al.*, 2020). Lantas, apa itu komunikasi massa? Komunikasi massa dapat dimaknai sebagai proses komunikator memberikan pesan melalui media ke banyak komunikan dalam jumlah besar agar pesannya dapat tersebar luas dan terus menerus. Jadi sebenarnya komunikasi massa itu medianya atau orangnya? Pemikiran sederhana dari Bittner (Novi *et al.*, 2020) mengatakan bahwa komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa untuk audiens dalam jumlah yang besar. Jadi bisa diambil kesimpulan, komunikasi massa dapat terjadi bila ada banyak audiens mendapatkan bahkan memahami pesan yang disampaikan secara serentak melalui media dari komunikator yang sama.

Adapun alat yang digunakan dalam proses penyebaran pesan kepada khalayak luas tersebut dinamakan media massa. Media massa meliputi berbagai bentuk media seperti surat kabar, radio, televisi, dan internet yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan luas. Komunikasi massa bertujuan untuk menginformasikan, menghibur, dan mempengaruhi audiens. Fungsi-fungsi ini mencakup berbagai aspek kehidupan, mulai dari pendidikan, politik, budaya, hingga hiburan. Melalui komunikasi massa, informasi dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat tanpa memandang batas

geografis, sosial, dan ekonomi, menjadikannya alat penting dalam membentuk opini publik dan budaya masyarakat.

9.2.1 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki ciri sendiri yang membuatnya berbeda dari komunikasi lainnya (*McQuail' s Mass Communication Theory*, 2010), diantaranya:

1. Audiens yang heterogen dan sangat luas
2. Pesan bersifat publik, umum bukan perseorangan
3. Penyampaian pesan berjalan secara cepat dan luas dengan bantuan teknologi
4. Komunikasi cenderung satu arah
5. Produksi dan distribusi professional
6. Konten beragam

9.3 Teori Komunikasi Massa

Berbagai teori telah dikembangkan untuk memahami bagaimana komunikasi massa bekerja dan bagaimana dampaknya terhadap masyarakat. Beberapa teori komunikasi massa menurut para ahli (*McQuail ' s Mass Communication Theory*, 2010) meliputi:

1. Teori Jarum Hipodermik (Hypodermic Needle Theory)

Teori ini menyatakan bahwa media massa memiliki pengaruh langsung dan kuat terhadap audiens, seperti suntikan yang langsung mempengaruhi tubuh. Pesan yang disampaikan oleh media kepada audiens, langsung menghasilkan efek yang besar dan menyeluruh. Teori ini mengasumsikan bahwa audiens adalah penerima pasif yang tidak kritis terhadap setiap informasi yang didupatkannya.

Teori jarum hipodermik dengan dunia modern masih relevan meski tidak sepenuhnya. Banyak kritikan terhadap teori ini karena dinilai terlalu menyederhanakan proses komunikasi dan mengabaikan perbedaan individual dalam menginterpretasikan pesan. Media massa saat ini tidak selalu menyampaikan pesan secara langsung dan seragam, melainkan melihat segmentasi audiens dan menyesuaikan konteks sosialnya (Shearon Lowery, 1983).

2. Teori Agenda Setting

Teori Agenda Setting memiliki tiga prinsip utama yakni seleksi isu, keterkaitan perhatian publik dan framing. Media memilih dulu isu-isu yang akan mereka siarkan dan jumlah waktu dalam menyiarkannya. Artinya, semakin sering isu tersebut disiarkan berarti media membuatnya sebagai isu penting, hingga mampu mempengaruhi persepsi dan perhatian publik. Adanya korelasi antara perhatian media terhadap isu tertentu serta cara membingkai dan menyajikannya akan mempengaruhi kepedulian dan pemahaman audiens terhadap isu tersebut.

Relevansi teori agenda setting dalam konteks kontemporer dibuktikan dengan agenda publik yang disisipkan melalui algoritma dan trending topik dalam platform media sosial. Isu-isu dapat diangkat dan dibahas melalui berita pada media massa, contohnya kegiatan kampanye dan isu-isu lingkungan. Namun disisi lain, kritik yang perlu disampaikan terhadap teori ini adalah audiens tidak pasif karena mereka dapat memiliki dan menafsirkan informasi yang ada di media sesuai dengan kepentingan dan kebutuhan mereka. Isu-isu penting tidak hanya ditentukan oleh media saja, audiens juga dapat membentuk isu penting mereka sendiri melalui interaksi sosial dan peristiwa nyata yang mereka alami.

3. Teori Penggunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratifications Theory*)

Teori ini berfokus pada bagaimana individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pribadi mereka. Teori ini menilai bahwa audiens menggunakan media berorientasi tujuan. Audiens dianggap aktif dalam memilih dan menggunakan media yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka serta bertanggung jawab terhadap pilihannya. Prinsip utama teori ini adalah, *pertama* pengguna memilih media berdasarkan kebutuhan dan motivasi, *kedua* pengguna media adalah individu yang aktif, memiliki pilihan dan mampu membuat keputusan, *ketiga*

adanya diversitas penggunaan dari audiens, artinya masing-masing media digunakan dengan tujuan yang berbeda sesuai dengan bentuk kepuasan pengguna.

Di era digital ini, teori *uses and gratification* menjadi sangat relevan karena pengguna memiliki kontrol penuh atas media yang digunakan. Algoritma personalisasi konten media dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi individu. Contohnya, individu memilih media sosial sebagai alat untuk membangun jejaring dan berinteraksi dengan teman, lalu menggunakan media streaming hanya untuk hiburan atau mengisi waktu luang.

4. Teori Kultivasi (*Cultivation Theory*)

Teori yang dikenalkan oleh Professor George Gerbner dari Annenberg School for Communication Universitas Pennsylvania ini mempelajari tentang pengaruh televisi terhadap persepsi dan keyakinan penontonnya (Kustiawan *et al.*, 2022). Teori ini pula menyatakan bahwa paparan jangka panjang terhadap media, terutama televisi, menjadikan audiensnya belajar tentang dunia, bagaimana bersikap dan menilai orang lain sesuai dengan realitas sosial yang ada. Audiens yang terpapar banyak informasi dari media cenderung akan memiliki persepsi yang sama sesuai dengan media tersebut, dibandingkan dengan audiens yang sedikit menggunakan media.

Relevansi teori kultivasi dengan konteks dunia modern masih perlu dipertanggungjawabkan, karena perkembangan media baru yakni internet. Faktor lingkungan sosial dan latar belakang individu juga dapat mempengaruhi persepsi individu tentang realitas sosial, jadi bukan hanya karena terpapar media. Teori ini awalnya berfokus pada televisi, meski dapat diterapkan juga pada media digital visual. Contohnya, televisi atau media digital visual yang mempertontonkan acara dengan menonjolkan gaya mewah pada pemainnya akan mempengaruhi penonton menilai kesuksesan berdasarkan materi, sesuai dengan apa yang ditontonnya.

5. Teori Spiral of Silence

Teori ini dikemukakan oleh Elisabeth Noelle Neumann seorang peneliti, penulis, dan jurnalis asal Jerman. Teori Spiral Keheningan memberikan asumsi bahwa media memiliki peranan yang sangat besar dalam membentuk isu di masyarakat kemudian mengelompokkan opini mayoritas dan minoritas (Fazatin, 2021). Dimana opini mayoritas cenderung akan diam tidak berani memberikan opininya. Namun, teori ini sebenarnya kurang relevan dengan perkembangan negara demokrasi yang memberikan kebebasan berpendapat pada seluruh warga negaranya untuk selalu terlibat aktif dan selektif dengan isu-isu yang disajikan oleh media. Bahkan khalayak saat ini sudah banyak yang cerdas dan sadar dengan media yang tidak berimbang (Kustiawan *et al.*, 2022). Namun pada konteks politik yang terpolarisasi, teori ini tetap relevan karena beberapa individu mungkin merasa masih terintimidasi untuk mengungkapkan pandangan politik mereka yang minoritas atau tidak populer di kalangannya. Contohnya, individu pada kelompok sosial tertentu yang memiliki pandangan politik A mungkin akan memilih diam di tengah-tengah kelompok dengan pandangan politik B untuk menghindari konflik.

9.4 Proses Komunikasi Massa

Komunikasi massa melibatkan beberapa komponen penting hingga terjadilah proses komunikasi. Komponen tersebut meliputi:

1. **Pengirim (*Source*):** Individu atau organisasi yang menciptakan dan mengirim pesan. Dalam komunikasi massa, pengirim biasanya adalah institusi media seperti surat kabar, stasiun radio, stasiun televisi, atau situs web.
2. **Pesan (*Message*):** Informasi atau konten yang dikirimkan oleh pengirim kepada audiens. Pesan ini bisa berupa berita, artikel, program televisi, atau postingan media sosial.

3. **Media (*Channel*)**: Saluran atau platform yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Media massa mencakup media cetak, radio, televisi, dan internet.
4. **Audiens (*Receiver*)**: Orang atau kelompok yang menerima dan menafsirkan pesan. Audiens dalam komunikasi massa sangat beragam dan luas.
5. **Umpan Balik (*Feedback*)**: Respon dari audiens terhadap pesan yang diterima. Umpan balik bisa berupa komentar, penilaian, atau tindakan yang menunjukkan pemahaman atau pendapat audiens terhadap pesan.
6. **Gangguan (*Noise*)**: Faktor-faktor yang dapat menghambat atau mengganggu penyampaian pesan, seperti kesalahan teknis, bias media, atau gangguan lingkungan.

9.5 Media Massa Tradisional Vs Media Massa Digital

Media massa tradisional adalah sarana komunikasi yang digunakan sebelum adanya internet, seperti surat kabar, majalah, radio dan televisi. Media tradisional memiliki karakter khas yakni komunikasi hanya terjadi satu arah, sehingga informasi yang disampaikan komunikator langsung terdistribusi kepada komunikan dan tidak meungkinkan adanya interaksi langsung. Berbeda dengan media massa digital yang memiliki karakter komunikasi dua arah, sehingga memungkinkan adanya interaksi antara komunikator dan komunikan, selain itu informasi yang didistribusikan lebih cepat tersampaikan pada waktu yang sama meski tempat berbeda. Hal tersebut terjadi dikarenakan media massa digital sudah berbasis internet sehingga sia papun orang yang telah terhubung dengan internet, maka dia bisa mengontrol setiap informasi yang diinginkan bahkan memproduksi, contohnya website, blog, media sosial, platform-platform streaming lainnya.

Media massa tradisional dan digital memiliki perbedaan utama dari segi aksesibilitas, kecepatan dan interaktivitasnya. Secara konteks media massa digital cukup digemari karena kecepatan dan interaktivitasnya, namun terdapat dampak besar yang timbul jika tidak bijaksana dalam memanfaatkannya.

Sementara media massa tradisional yang dinilai sedikit tertinggal karena tidak bisa real time dalam mendistribusikan pesan, ternyata masih cukup relevan dijadikan sumber berita terpercaya karena memiliki standar editorial yang ketat.

Oleh karena itu, memahami persamaan dan perbedaan media massa tradisional dan digital penting karena dampak media massa terhadap opini publik sangat besar hingga mampu mempengaruhi keputusan politik dan menggeser identitas kebudayaan seseorang. Dengan memahami dampak media massa tradisional dan digital, masyarakat akan bijaksana dalam memanfaatkan kedua jenis media sesuai dengan konteks komunikasi massa modern.

9.6 Peran Media dalam Masyarakat

Fenomena adanya media massa saat ini tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat modern. Peran media bukan hanya sebagai penyampai pesan saja tapi lebih luas daripada itu. Media massa mampu menjadi:

1. **Media edukasi** : media belajar dari guru kepada murid, dosen kepada mahasiswa, da'i kepada mad'u, atau pakar kepada masyarakat yang ingin tahu.
2. **Pengawas** : watchdog / masyarakat dapat mengawasi tindakan-tindakan yang tidak sesuai dengan norma dan aturan yang berlaku, seperti penyalahgunaan wewenang, kekuasaan, bahkan tindak pidana korupsi.
3. **Kolom opini** : masyarakat diberi kebebasan analisis dan interpretasi terhadap berita dan peristiwa yang ada pada media. Beberapa platform bahkan menyediakan wadah untuk diskusi, debat dan berkomentar dengan berbagai sudut pandang.
4. **Media persuasi** : media massa menjadi sarana utama untuk promosi produk maupun jasa hingga dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Beberapa kelompok menggunakan media massa juga untuk membentuk opini publik demi kepentingan kelompok tersebut.
5. **Hiburan** : media massa juga berperan menjadi alternatif masyarakat dalam menghilangkan penat, sebab banyak

konten-konten menghibur serta produk budaya populer yang disebarakan melalui berbagai platform media massa.

9.6.1 Isu-isu Etika dan Regulasi dalam Komunikasi Massa

1. Adanya Regulasi Konten

Beberapa negara telah menetapkan sensor ketat terhadap media massa dengan cara membatasi kebebasan informasi dan berpendapat, seperti praktek “sensor-diri” yang biasanya dikaitkan dengan pihak media Jepang. Kebebasan pers di Jepang sesungguhnya sampai batas tertentu memiliki pengontrolan yang ketat dari penguasa, karena ada beberapa pembatasan yang informasi yang tidak boleh dilanggar (Sunarwinadi, 2006). Regulasi tentang informasi yang boleh dipublikasikan dan tidak memang selalu ada di setiap peraturan negara tetapi mungkin dengan jenis yang berbeda. Baru-baru ini, Kementerian Kominfo di Indonesia menerbitkan tentang regulasi untuk mencegah konten-konten negatif terutama konten judi online dalam kurun waktu tahun 2023 hingga 2024 yang terwujud dalam keputusan akses sebanyak 2.255.679 konten (SIARAN PERS NO. 394/HM/KOMINFO/06/2024 Kementerian Kominfo, 2024).

2. Keamanan Siber dan Privasi

Sebagian besar media sosial kini telah mencoba untuk memberikan perlindungan data pribadi dan keamanan data serta informasi para penggunanya dari penyalahgunaan oleh perusahaan teknologi atau ancaman cyber, meskipun mungkin masih ada beberapa celah yang bisa dimanfaatkan oleh penjahat cyber.

3. Hak atas Informasi Dan Kebebasan Pers

Adanya perlindungan kebebasan pers dan jaminan akses publik terhadap informasi yang diperlukan masyarakat yang dimiliki oleh pemerintah atau lembaga publik lainnya, atau biasa disebut dengan Keterbukaan Informasi Publik.

9.7 Dampak Sosial dan Budaya Media Massa

Media massa memiliki dampak besar terhadap aspek sosial, budaya, perubahan perilaku, norma, nilai dan interaksi sosial penggunanya. Media massa dapat membentuk opini publik melalui konten yang disajikan, sesuai dengan teori-teori komunikasi massa.

Media massa dapat mempengaruhi perilaku dan norma sosial, selaras dengan teori *modeling* atau peniruan yakni media massa menampilkan peran-peran yang diidolakan audiens dengan mempertontonkan perilaku fisik yang mudah dicontoh, misalnya jika anak-anak menonton program acara televisi yang menampilkan kekerasan, mereka cenderung akan memiliki perilaku agresif sesuai dengan yang ditampilkan media tersebut. Sikap agresi dapat digolongkan sebagai salah satu efek dari komunikasi massa sesuai dengan teori belajar sosial dari Bandura (LESILOLO, 2019), bahwa audiens cenderung akan meniru perilaku yang diamatinya melalui media massa dan menjadikan teladan untuk perilakunya.

Media massa juga mampu menormalisasi perilaku dan praktik yang sebelumnya dianggap tabu menjadi hal yang wajar pada konteks masyarakat tertentu, contohnya perubahan pandangan masyarakat terhadap isu-isu gender, kesehatan mental dan sebagainya.

Media massa dapat membentuk identitas kolektif dengan cara menyebarkan simbol, narasi dan bilai-nilai budaya masyarakat tertentu. Misalnya dengan memperkenalkan budaya global dari berbagai belahan dunia seperti tradisi, musik, film atau gaya hidup.

Media massa mempengaruhi interaksi sosial individu dilihat dari bagaimana individu dapat terhubung dan berinteraksi dengan orang lain di seluruh dunia melalui platform media sosial. Meski konektivitas global meningkat, namun media sosial juga dapat menyebabkan isolasi sosial jika individu menganggap interaksi melalui media sosial dapat menggantikan interaksi secara langsung. Bahkan mungkin dapat membuat individu nyaman dengan dunia maya hingga membentuk komunitas online yang tidak terwujud dalam dunia

nyata hingga fenomena *phubbing* pun muncul di era digital ini. *Phubbing* ialah perilaku individu yang asyik dengan gadgetnya padahal sedang berhadapan dengan orang lain dalam forum yang sama (Nupin, 2022).

DAFTAR PUSTAKA

- Fazatin, N. (2021) 'Teori Spiral of Silence dalam Kajian Gender di New Media', *Selasar Kpi*, 1(1), pp. 45–54.
- Kustiawan, W. *et al.* (2022) 'Teori-Teori dalam Komunikasi Massa', *Jurnal Telekomunikasi, Kendali Dan Listrik*, 3(2), pp. 41–45. Available at: <https://agneslintangsari.wordpress.com/2019/11/19/teori-teori-dalam-komunikasi-massa/amp/>.
- LESILOLO, H.J. (2019) 'Penerapan Teori Belajar Sosial Albert Bandura Dalam Proses Belajar Mengajar Di Sekolah', *KENOSIS: Jurnal Kajian Teologi*, 4(2), pp. 186–202. Available at: <https://doi.org/10.37196/kenosis.v4i2.67>.
- McQuail 's *Mass Communication Theory* (2010). Available at: <http://docshare04.docshare.tips/files/28943/289430369.pdf>.
- Novi, K. *et al.* (2020) 'Perancangan Video Promosi Perahu Wisata di Pantai Penimbangan, Singaraja, Bali', *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 10(2), pp. 103–112. Available at: <https://doi.org/10.23887/JJPSP.V10I2.35793>.
- Nupin, I.S. (2022) 'Phubbing : Fenomena Perilaku Anti Sosial Era Kekinian', *Perpustakaan Universitas Andalas* [Preprint]. Available at: <https://pustaka.unand.ac.id/makalah-pustakawan/item/295-phubbing#:~:text=Phubbing> adalah kata yang menggambarkan, sedang berada di dalam pertemuan.
- Shearon Lowery, M.L.D.F. (1983) *MILESTONES IN MASS COMMUNICATION RESEARCH Media Affects*.
- SIARAN PERS NO. 394/HM/KOMINFO/06/2024 Kementerian Kominfo (2024) *Jaga Ruang Digital, Menkominfo: Terapkan Regulasi untuk Pencegahan dan Penanganan Konten Negatif*. Available at: https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Intern+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker.

- Sunarwinadi, I.R.S. (2006) 'Budaya Sensor-Diri Dalam Kebebasan Pers Di Jepang', *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 10(1), p. 15. Available at: <https://doi.org/10.7454/mssh.v10i1.12>.
- Yumeldasari (2019) 'Pengaruh Media Massa Terhadap Opini Publik', *ournal of Engineering Tribology*, 224, pp. 122–130. Available at: file:///C:/Users/OPTION/Downloads/7_7560_HMJ201_102019_pdf.pdf.

BAB 10

KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA SERTA PEMAKAIANNYA

Oleh Adi Muhammad Ramadhan

10.1 Pendahuluan

Komunikasi antar budaya menjadi sangat penting untuk dipahami dan mampu diimplementasikan di zaman sekarang yang mengusung globalisasi. Dimana setiap orang dengan segala kepentingan dan keperluan saling berkomunikasi satu sama lain, dari mulai sekedar obrolan biasa bahkan sampai di tingkat bisnis yang terjadi sehingga membuat kemampuan komunikasi antar budaya ini menjadi salah satu faktor keberhasilan dalam situasi globalisasi ini. Pemahaman tentang komunikasi antar budaya menjadi kunci untuk membangun hubungan yang efektif dan harmonis di berbagai bidang seperti bisnis, pendidikan, pariwisata, dan diplomasi. Ketidakmampuan untuk berkomunikasi dengan baik dalam konteks budaya yang berbeda dapat menimbulkan kesalahpahaman, konflik, dan bahkan kegagalan dalam mencapai tujuan bersama. Oleh karena itu, kemampuan untuk beradaptasi dan memahami perbedaan budaya sangat diperlukan.

Komunikasi ini tidak hanya berfokus pada aspek verbal saja tetapi juga aspek non verbal dimana posisi komunikasi non verbal ini menjadi pendukung dalam aktivitas komunikasi yang dilakukan. Kesatuan pemahaman komunikasi verbal dan non verbal inilah yang membuat komunikasi yang dilaksanakan menjadi semakin dipahami serta minim keambiguan atau salah persepsi dari arti makna pesan yang disampaikan.

Faktor etika juga sangat mempengaruhi komunikasi antar budaya ini karena latar belakang geografis membuat aturan dan etika yang berlaku di suatu daerah pasti berbeda-beda bahkan sangat berbeda atau berbanding terbalik dari

makna komunikasi yang dihasilkan. Sehingga pemahaman atas perbedaan inilah yang diharapkan dapat diatasi oleh komunikator dan komunikan dalam aktivitas komunikasi yang dilakukan.

Dalam upaya untuk meningkatkan kompetensi komunikasi antar budaya, diperlukan pendidikan dan pelatihan yang fokus pada pengembangan kesadaran budaya, empati, keterampilan mendengarkan, dan adaptabilitas. Dengan demikian, individu dapat lebih siap untuk berkomunikasi secara efektif dan menghargai keberagaman yang ada. Pendekatan yang inklusif dan terbuka terhadap perbedaan budaya dapat menciptakan lingkungan yang lebih harmonis dan produktif. Oleh karena itu, studi tentang komunikasi antar budaya tidak hanya relevan bagi para akademisi dan profesional, tetapi juga bagi setiap individu yang hidup dalam masyarakat yang semakin multikultural.

10.2 Definisi Komunikasi Antar Budaya

Komunikasi antar budaya merupakan "komunikasi antar dua orang atau lebih yang berbeda latar belakang kebudayaan" definisi komunikasi antar budaya yang paling sederhana dilakukan oleh mereka dengan latar belakang kebudayaan yang berbeda (Mulyana, 2001). Komunikasi antarbudaya adalah proses pembagian informasi, gagasan atau perasaan diantara mereka yang berbeda latar belakang budayanya. Proses pembagian informasi itu dilakukan secara lisan dan tertulis, juga melalui bahasa tubuh, gaya atau tampilan pribadi, atau bantuan hal lain disekitarnya yang memperjelas pesan (Liliweri, 2013).

Menurut Andrea L Rich, definisi mengenai interaksi budaya terlihat dari perbedaan di antara kelompok etnis, suku, dan kelas sosial dalam masyarakat (Larry A. Samovar, 2011). Perbedaan ini seringkali menimbulkan polemik di kehidupan sosial, ketika ego dari kelompok yang berbeda-beda menimbulkan perbedaan persepsi pada kelompok tertentu. Interaksi budaya dapat didefinisikan sebagai tiga jenis komunikasi yaitu komunikasi personal, antarpersonal, dan kelompok dengan penekanan pada latar belakang budaya

yang berbeda, sehingga dapat memengaruhi perilaku komunikasi dari peserta interaksi itu sendiri. Melalui interaksi yang terjadi, terdapat sebuah negosiasi atau pertukaran simbolik yang dapat membimbing dan membatasi seseorang dalam komunikasi, yang pada akhirnya menghasilkan kesepakatan sebagai tujuan awal dari interaksi tersebut (Bahri, 2017).

10.3 Faktor Terjadinya Komunikasi Antar Budaya

Dalam komunikasi antar budaya tentu saja memiliki beberapa faktor yang membuat komunikasi antar budaya ini muncul (Ulya, 2016), yaitu diantaranya:

1. Mobilitas, perpindahan dari satu tempat ke tempat yang lain menjadi hal yang paling mendasar dari terciptanya komunikasi antar budaya yang terjadi. Perpindahan ini bisa didasari oleh banyak faktor seperti sosial, geografis, fisik dan pendidikan. Ketika dua atau lebih latar belakang sosial budaya bertemu maka disitulah komunikasi antar budaya tercipta, apakah bisa berjalan dengan efektif atau kebalikannya semua akan dikembalikan pada kepahaman dari pihak komunikator dan komunikan.
2. Ekonomi, proses berjalannya roda ekonomi mengharuskan jalur distribusi yang merata ke seluruh daerah pasokan sehingga disinilah bertemunya budaya-budaya yang berbeda yang dimiliki atau menetap di setiap individunya untuk saling bekerjasama menjalankan roda distribusi ekonomi wilyahnya.
3. Imigrasi, sebuah perpindahan dari satu tempat ke tempat lainnya dengan tujuan menetap apakah secara jangka panjang maupun jangka pendek.
4. Politik, hal ini mempengaruhi posisi serta peran dan kerjasama dalam sebuah kapasitas negara yang dalam hal ini mengatasmamakan suatu negara.

10.4 Etika Dalam Komunikasi Antar Budaya

Beberapa elemen utama yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. **Sensitivitas Budaya**

Etika komunikasi antar budaya menuntut pemahaman yang mendalam terhadap budaya, norma, dan nilai dari pihak yang berkomunikasi. Ini melibatkan penghargaan terhadap perbedaan dalam bahasa, motion, sikap, dan pandangan dunia.

2. **Empati**

Etika dalam komunikasi antar budaya membutuhkan kemampuan untuk memasuki perspektif pihak lain. Dengan memahami latar belakang budaya seseorang, individu dapat memahami bagaimana pesan mereka mungkin diterima dan diartikan.

3. **Penghindaran Stereotip**

Penting untuk menghindari menggeneralisasi atau menggunakan stereotip yang merendahkan terkait dengan budaya tertentu. Setiap individu adalah unik dan tidak dapat diwakili oleh karakteristik budaya mereka semata.

4. **Kesadaran Diri**

Individu perlu memiliki pemahaman yang kuat tentang identitas budaya mereka sendiri serta pengaruhnya terhadap cara mereka berkomunikasi. Ini membantu dalam menghindari ketidakajaran antara komunikasi lisan dan non lisan.

5. **Adaptabilitas**

Etika komunikasi antar budaya juga melibatkan kemampuan untuk beradaptasi dengan gaya komunikasi yang berbeda-beda. Hal ini termasuk penggunaan bahasa yang lebih mudah dimengerti, penyesuaian gestur, dan pemilihan topik yang sesuai.

6. **Respek dan Toleransi**

Pada dasarnya, etika dalam komunikasi antar budaya menekankan pada penghargaan terhadap semua budaya dengan sikap yang terbuka dan toleran. Ini menciptakan lingkungan yang mempromosikan dialog yang konstruktif.

7. Klarifikasi dan Verifikasi

Dalam komunikasi antar budaya, penting untuk menghindari kesalahpahaman. Cara terbaik untuk melakukannya adalah dengan mengklarifikasi pesan dan memverifikasi pemahaman. Bertanya lebih lanjut tentang apa yang dimaksud oleh pihak lain, serta menjelaskan maksud kita dengan lebih rinci, dapat membantu mengurangi risiko terjadinya kesalahan interpretasi.

Etika dalam komunikasi antar budaya membantu mengurangi hambatan komunikasi dan menciptakan jembatan antara budaya-budaya yang berbeda. Dengan mempraktikkan prinsip-prinsip etika ini, individu dan kelompok dapat membangun hubungan yang kuat, dan merespek dalam lingkungan yang semakin terglobalisasi.

10.5 Prinsip Komunikasi Antar Budaya

1. Relativitas

Bahasa dapat mempengaruhi pemikiran dan juga perilaku. Ada berbagai macam bahasa yang berbeda dan memiliki beberapa karakteristik semantik dan juga strukturnya. Sehingga hal itu bisa mempengaruhi bagaimana seseorang membuat sebuah pemikiran dari sebuah bahasa.

2. Bahasa Sebagai Cermin Budaya

Dengan berbahasa juga bisa mencerminkan suatu budaya.

3. Mengurangi Ambigu Antar Budaya

Banyak dari komunikasi kita yang berusaha mengurangi ketidakpastian yang dapat membuat ambiguitas yang besar diperlukan banyak waktu dan upaya untuk mengurangi ketidakpastian dalam berkomunikasi agar dapat lebih bermakna antar budaya.

4. Perbedaan Antar Budaya

semakin besar perbedaan antara budaya maka semakin besar pula kesadaran diri para partisipan selama berkomunikasi berlangsung sehingga hal itu menimbulkan berbagai konsekuensi secara positif maupun negatif.

5. Interaksi awal dan perbedaan antar budaya

Perbedaan antar budaya dalam interaksi awal dan secara berangsur berkurang tingkat kepentingannya ketika hubungan menjadi lebih akrab (Mulyana, 2001).

10.6 Hambatan Dalam Komunikasi Antar Budaya

Hambatan komunikasi antar budaya (Barna dan Ruben dalam Devito dalam Dianto (2019) adalah sebagai berikut:

1. Mengesampingkan perbedaan individu dan kelompok dalam budaya yang berbeda terkait dengan sikap, nilai, dan keyakinan, banyak orang cenderung memandang kesamaan daripada perbedaan, yang sering menjadi hambatan dalam komunikasi lintas budaya. Namun, dalam hal nilai dan keyakinan mendasar, setiap orang menganggap bahwa semua manusia pada dasarnya sama, padahal kenyataannya tidak demikian.
2. Mengabaikan perbedaan antara kelompok budaya yang berbeda ada perbedaan besar dan penting dalam setiap kelompok budaya, seperti orang Indonesia yang berbeda dengan orang dari budaya lain. Jika perbedaan ini diabaikan, akan muncul stereotip karena diasumsikan bahwa setiap anggota kelompok yang sama (ras atau bangsa) adalah sama.
3. Mengabaikan perbedaan dalam makna kata yang membentuk kalimat tidak terletak pada kata yang digunakan, tetapi pada siapa yang menggunakannya, seperti kata agama yang memiliki makna yang berbeda jika dikatakan oleh orang Islam dan orang ateis. Ini membuktikan bahwa makna konotatif dari kata yang sama akan berbeda tergantung pada definisi budaya pendengarnya.
4. Melanggar adat dan kebiasaan budaya setiap budaya dapat menetapkan aturan komunikasi sendiri, seperti perbedaan dalam aturan penggunaan kontak mata antara budaya yang berbeda. Ada budaya yang menghindari kontak mata untuk menghormati lawan bicara, sedangkan

- budaya lain justru memerlukan kontak mata untuk menunjukkan ketertarikan pada komunikasi.
5. Menilai perbedaan secara negatif perbedaan dalam setiap budaya tidak boleh dinilai sebagai hal negatif, karena setiap kebiasaan atau budaya memiliki penilaian yang berbeda pada setiap tindakan dan ucapan.
 6. Kejutan budaya masuk ke dalam lingkungan budaya yang berbeda dapat memicu reaksi psikologis yang disebut kejutan budaya. Kejutan budaya yang muncul akibat masuk dalam kultur yang baru dan berbeda ini merupakan hal yang wajar (Dianto, 2019).

10.7 Pemakaian Komunikasi Antar Budaya

Komunikasi antar budaya mengacu pada interaksi antara individu dari budaya yang berbeda. Ini mencakup pemahaman, penafsiran, dan penyesuaian terhadap perbedaan budaya dalam komunikasi. Berikut adalah beberapa aspek penting dalam pemakaian komunikasi antar budaya:

1. Pemahaman Budaya
 - a. Memahami nilai-nilai, norma, adat istiadat, dan kepercayaan dari budaya lain. Ini membantu menghindari kesalahpahaman dan menyinggung perasaan orang lain.
 - b. Belajar tentang etiket dan perilaku yang diterima dalam budaya lain. Misalnya, dalam beberapa budaya, kontak mata langsung mungkin dianggap tidak sopan, sementara dalam budaya lain, ini dianggap sebagai tanda kejujuran dan perhatian.
2. Keterampilan Mendengarkan Aktif
 - a. Mendengarkan dengan penuh perhatian dan mencoba memahami perspektif orang lain tanpa langsung menilai atau berasumsi.
 - b. Mengajukan pertanyaan klarifikasi jika ada hal yang tidak dipahami untuk memastikan tidak ada kesalahpahaman.

3. Penyesuaian Gaya Komunikasi
 - a. Menyesuaikan cara berbicara dan bahasa tubuh sesuai dengan budaya orang yang diajak berkomunikasi. Ini mungkin termasuk penggunaan bahasa yang lebih formal atau informal, nada suara, dan ekspresi wajah.
 - b. Menghindari penggunaan idiom, jargon, atau humor yang mungkin tidak dimengerti atau dianggap tidak pantas dalam budaya lain.
4. Menghargai Perbedaan
 - a. Menghormati perbedaan dalam cara berpikir, nilai-nilai, dan praktik-praktik. Menghargai bahwa banyak cara yang berbeda yang sama-sama valid.
 - b. Bersikap terbuka terhadap perspektif dan ide-ide baru yang mungkin berbeda dari keyakinan atau pemahaman pribadi.
5. Empati dan Kesadaran Diri
 - a. Membangun empati dengan memposisikan diri kita seakan-akan berada di posisi orang lain dengan menghasilkan suatu tindakan.
 - b. Menyadari dan mengatasi bias atau prasangka pribadi yang mungkin mempengaruhi komunikasi.
6. Penggunaan Bahasa
 - a. Jika memungkinkan, belajar dasar-dasar bahasa dari budaya lain dapat sangat membantu dalam membangun hubungan dan menunjukkan rasa hormat.
 - b. Menggunakan bahasa yang sederhana dan jelas jika berkomunikasi dalam bahasa yang bukan merupakan bahasa ibu kedua belah pihak untuk menghindari kesalahpahaman.
7. Teknologi dan Media
 - a. Memanfaatkan teknologi dan media untuk menjembatani perbedaan budaya, seperti melalui telekonferensi, media sosial, dan aplikasi terjemahan.
 - b. Menyadari bahwa media dan teknologi juga membawa budaya tersendiri yang mungkin berbeda dalam konteks penggunaan antar budaya.

8. Pelatihan dan Pendidikan

- a. Mengikuti pelatihan atau kursus dalam komunikasi antar budaya dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan.
- b. Pendidikan formal atau informal tentang budaya lain melalui buku, film, dan pengalaman langsung juga sangat bermanfaat.

Pemakaian komunikasi antar budaya yang efektif memerlukan kesadaran, pengetahuan, dan keterampilan yang terus dikembangkan. Dengan memahami dan menghargai perbedaan budaya, kita dapat membangun hubungan yang lebih baik, mengurangi konflik, dan menciptakan lingkungan yang lebih inklusif dan harmonis.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahri, S. R. (2017). *Komunikasi Lintas Budaya*. Sulawesi: Unimal Press.
- Deardorff, D. K. (2009). *The SAGE Handbook of Intercultural Competence*. SAGE Publications.
- Dianto. (2019). Hambatan Komunikasi Antar Budaya Dalam Menarik Diri, Prasangka Sosial dan Etnosentrisme. *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam*.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. SAGE Publications.
- Larry A. Samovar, R. E. (2011). *Communication Between Cultures*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Liliweri, A. (2013). *Dasar-Dasar Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mulyana, J. R. (2001). *Komunikasi Antar Budaya: Panduan Berkomunikasi Dengan Orang-Orang Berbeda Budaya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Samovar, L. A. (2016). *Communication Between Cultures*. Cengage Learning.
- Ting-Toomey, S. &. (2012). *Understanding Intercultural Communication*. Oxford University Press.
- Ulya, A. (2016). Pendidikan Islam Multikultural Sebagai Resolusi KONflik Agama Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan*.

BAB 11

KARAKTERISTIK, BENTUK DAN TEKNIK PENYAJIAN PESAN DALAM KOMUNIKASI YANG EFEKTIF

Oleh I Made Widianegara

11.1 Pendahuluan

Komunikasi yang efektif merupakan aspek fundamental dalam berbagai bidang kehidupan, baik dalam konteks pribadi, profesional, maupun sosial. Kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan jelas, menarik, dan persuasif dapat membantu individu dan organisasi dalam mencapai tujuan mereka, membangun hubungan yang kuat, dan mengatasi hambatan yang muncul dalam proses komunikasi (Okoro et al., 2017). Oleh karena itu, penting bagi setiap orang untuk memahami karakteristik, bentuk, dan teknik penyajian pesan yang efektif.

Bab ini akan mengupas secara mendalam berbagai aspek komunikasi yang efektif, mulai dari karakteristik pesan yang harus diperhatikan, seperti kejelasan, relevansi, kekuatan persuasif, ketepatan waktu, dan konsistensi. Selain itu, bab ini juga akan membahas berbagai bentuk penyampaian pesan, termasuk pesan verbal, nonverbal, dan visual, serta bagaimana menggunakan masing-masing bentuk secara optimal untuk mencapai tujuan komunikasi. Menurut Jiang et al. (2019), penggunaan berbagai bentuk penyampaian pesan secara strategis dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dan keterlibatan audiens.

Lebih lanjut, bab ini akan menyajikan teknik-teknik penyajian pesan yang efektif, seperti pengorganisasian pesan yang logis, penggunaan alat bantu visual, penyesuaian gaya komunikasi dengan audiens, penggunaan contoh dan analogi, serta melibatkan audiens melalui pertanyaan atau ajakan

partisipasi. Bab ini juga akan menekankan pentingnya memahami audiens, menganalisis karakteristik, kebutuhan, dan preferensi mereka, serta menyesuaikan pesan dan gaya komunikasi dengan audiens tersebut (Luthra & Dahiya, 2015).

Dalam bab ini, pembaca juga akan mempelajari teknik persuasi dalam penyampaian pesan, termasuk penggunaan bukti dan data pendukung, memanfaatkan daya tarik emosional, menggunakan testimoni atau endorsement, serta menyajikan manfaat dan keuntungan bagi audiens. Selain itu, bab ini akan mengeksplorasi berbagai hambatan dalam komunikasi efektif, seperti gangguan fisik, perbedaan persepsi dan interpretasi, serta hambatan bahasa dan budaya, dan menyajikan teknik-teknik untuk mengatasi hambatan tersebut (Arasaratnam, 2015).

Terakhir, bab ini akan membahas pentingnya evaluasi efektivitas komunikasi, mulai dari mengukur pemahaman dan respon audiens, mengumpulkan umpan balik, hingga melakukan penyesuaian dan perbaikan berdasarkan hasil evaluasi. Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip komunikasi yang efektif yang diuraikan dalam bab ini, pembaca diharapkan dapat meningkatkan keterampilan komunikasi mereka dan mencapai hasil yang lebih baik dalam berbagai konteks komunikasi.

11.2 Karakteristik Pesan Yang Efektif

Karakteristik pesan yang efektif mengacu pada kualitas atau ciri-ciri yang harus dimiliki oleh sebuah pesan agar dapat mencapai tujuan komunikasi dengan baik. Pesan yang efektif dapat menarik perhatian penerima, mudah dipahami, diingat, dan mendorong tindakan yang diinginkan.

Menurut Buble (2021), "Pesan yang efektif harus jelas, ringkas, lengkap, konkret, benar, dan persuasif". Karakteristik ini membantu memastikan bahwa pesan dapat diterima dengan baik oleh penerima dan mencapai hasil yang diinginkan.

11.2.1 Kejelasan Dan Kesederhanaan

Pesan yang efektif harus disampaikan dengan jelas dan sederhana agar mudah dipahami oleh penerima. Penggunaan

bahasa yang rumit atau istilah teknis yang berlebihan dapat menghambat pemahaman pesan. Menurut Buble (2021), "Kejelasan pesan adalah faktor kunci dalam komunikasi yang efektif. Pesan harus disampaikan dengan cara yang sederhana, langsung, dan mudah dipahami". Kesederhanaan juga penting untuk memastikan bahwa pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens yang beragam.

11.2.2 Relevansi Dengan Penerima

Pesan yang efektif harus relevan dengan kebutuhan, minat, dan concern penerima. Pesan yang efektif harus disesuaikan dengan audiens dan konteks komunikasi. Dengan memahami karakteristik dan preferensi penerima, pengirim dapat merancang pesan yang lebih menarik dan berdampak.

11.2.3 Kekuatan persuasif

Pesan yang efektif memiliki kekuatan persuasif untuk mempengaruhi sikap, persepsi, dan tindakan penerima. Menurut Dainton (2019), "Persuasi adalah proses komunikatif yang bertujuan untuk mengubah perilaku, kepercayaan, atau sikap orang lain". Teknik persuasi seperti penggunaan bukti, daya tarik emosional, dan kredibilitas sumber dapat meningkatkan kekuatan persuasif pesan.

11.2.4 Ketepatan Waktu

Pesan yang disampaikan pada waktu yang tepat lebih cenderung efektif. Menurut Jiang et al. (2019), "Waktu pengiriman pesan memiliki pengaruh signifikan terhadap efektivitas komunikasi". Menyampaikan pesan pada saat penerima siap dan terbuka untuk menerimanya dapat meningkatkan dampak dan penerimaan pesan.

11.2.5 Konsistensi

Konsistensi dalam penyampaian pesan sangat penting untuk membangun kredibilitas dan kepercayaan. Pesan yang konsisten juga lebih mudah diingat dan dipahami oleh penerima. Menurut Šerić (2020), "Konsistensi pesan di seluruh

saluran komunikasi sangat penting untuk membangun citra merek yang kuat dan koheren". Meskipun konteksnya berbeda, prinsip konsistensi juga berlaku dalam komunikasi secara umum.

Dengan mempertimbangkan karakteristik pesan yang efektif ini, komunikator dapat merancang dan menyampaikan pesan yang lebih baik untuk mencapai tujuan komunikasi mereka. Penerapan karakteristik ini harus disesuaikan dengan konteks dan situasi komunikasi yang spesifik.

11.3 Bentuk-Bentuk Penyampaian Pesan

Pesan dapat disampaikan melalui berbagai bentuk, termasuk verbal, nonverbal, dan visual. Setiap bentuk memiliki karakteristik dan kekuatan yang unik dalam menyampaikan informasi dan mempengaruhi penerima pesan.

11.3.1 Pesan Verbal (Lisan dan Tulisan)

Pesan verbal mengacu pada komunikasi yang menggunakan kata-kata, baik secara lisan maupun tertulis. Menurut Lunenburg (2010), "Komunikasi verbal adalah penyampaian pesan melalui kata-kata yang diucapkan atau tertulis". Pesan lisan meliputi percakapan tatap muka, presentasi, dan diskusi kelompok, sedangkan pesan tertulis mencakup email, laporan, dan dokumen.

Kelebihan pesan verbal adalah kemampuannya untuk menyampaikan informasi yang kompleks dan detail. Namun, pesan verbal juga rentan terhadap kesalahpahaman jika tidak disampaikan dengan jelas. Komunikasi verbal yang efektif bergantung pada kejelasan pesan, nada suara yang sesuai, dan pemilihan kata yang cermat.

11.3.2 Pesan Nonverbal (Bahasa Tubuh, Ekspresi Wajah, Nada Suara)

Pesan nonverbal mengacu pada komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata, melainkan melalui bahasa tubuh, ekspresi wajah, nada suara, dan isyarat lainnya. Menurut

Phutela (2015), "Komunikasi nonverbal meliputi gerakan tubuh, postur, kontak mata, ekspresi wajah, dan nada suara".

Pesan nonverbal sering kali berfungsi untuk memperkuat atau melengkapi pesan verbal. Namun, pesan nonverbal juga dapat bertentangan dengan pesan verbal, menciptakan kebingungan atau ketidakpercayaan. Menurut Jiang et al. (2019), "Kesesuaian antara pesan verbal dan nonverbal adalah kunci untuk komunikasi yang efektif dan persuasif".



Gambar 11.1. Penyampaian pesan nonverbal
(Sumber: Ilustrasi dibuat oleh AI – Bing Image Creator 2024)

11.3.3 Pesan Visual (Gambar, Grafik, Video)

Pesan visual menggunakan gambar, grafik, video, dan elemen visual lainnya untuk menyampaikan informasi. Menurut Šerić (2020), "Komunikasi visual mengacu pada penggunaan elemen visual untuk menyampaikan pesan, ide, dan emosi".

Pesan visual dapat sangat efektif dalam menarik perhatian, menyampaikan informasi yang kompleks secara singkat, dan menciptakan dampak emosional. Penggunaan gambar, infografis, dan video dapat meningkatkan pemahaman dan retensi informasi dibandingkan dengan teks saja.

Dalam merancang pesan yang efektif, penting untuk mempertimbangkan bentuk penyampaian yang paling sesuai

dengan tujuan komunikasi, audiens, dan konteks. Kombinasi yang tepat antara pesan verbal, nonverbal, dan visual dapat membantu mencapai komunikasi yang lebih efektif dan persuasif.

11.4 Teknik Penyajian Pesan Yang Efektif

Teknik penyajian pesan yang efektif sangat penting untuk memastikan bahwa pesan dapat dipahami, diingat, dan mendorong tindakan yang diinginkan oleh audiens. Berikut adalah beberapa teknik penyajian pesan yang efektif:

11.4.1 Pengorganisasian Pesan Yang Logis Dan Terstruktur

Pengorganisasian pesan yang logis dan terstruktur membantu audiens memahami dan mengikuti alur pesan dengan lebih mudah. Pengorganisasian pesan yang efektif melibatkan penyusunan informasi dalam urutan yang logis, dengan transisi yang jelas antara poin-poin utama. Teknik pengorganisasian pesan yang umum digunakan meliputi struktur kronologis, sebab-akibat, dan problem-solusi.

11.4.2 Penggunaan Alat Bantu Visual Untuk Memperkuat Pesan

Alat bantu visual seperti gambar, grafik, dan video dapat memperkuat pesan dan meningkatkan pemahaman audiens. Menurut Papavasileiou et al. (2017), "Penggunaan alat bantu visual dalam komunikasi dapat meningkatkan retensi informasi, menarik perhatian, dan menciptakan respons emosional yang lebih kuat". Namun, penting untuk memastikan bahwa alat bantu visual yang digunakan relevan, berkualitas tinggi, dan tidak mengalihkan perhatian dari pesan utama.



Gambar 11.2. Penyajian pesan dengan alat bantu visual
(Sumber: Dibuat oleh AI – Bing Image Creator 2024)

11.4.3 Penyesuaian Gaya Komunikasi Dengan Audiens

Menyesuaikan gaya komunikasi dengan audiens dapat membantu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Menurut Luthra dan Dahiya (2015), "Mencocokkan gaya komunikasi dengan preferensi dan karakteristik audiens dapat meningkatkan penerimaan pesan dan membangun hubungan yang lebih baik". Gaya komunikasi yang berbeda, seperti formal atau informal, langsung atau tidak langsung, dapat digunakan tergantung pada konteks dan audiens.

11.4.4 Penggunaan Contoh Dan Analogi Untuk Memperjelas Pesan

Contoh dan analogi dapat membantu memperjelas konsep yang kompleks dan membuatnya lebih mudah dipahami oleh audiens. Penggunaan contoh dan analogi yang relevan dapat menjembatani kesenjangan antara pengetahuan yang ada dan informasi baru, sehingga meningkatkan pemahaman dan retensi

pesan. Namun, penting untuk memilih contoh dan analogi yang akurat, relevan, dan sesuai dengan pengalaman audiens.

11.4.5 Melibatkan Audiens Melalui Pertanyaan Atau Ajakan Partisipasi

Melibatkan audiens melalui pertanyaan atau ajakan partisipasi dapat meningkatkan keterlibatan dan pemahaman terhadap pesan. Menurut Musa et al. (2020), "Teknik partisipatif seperti mengajukan pertanyaan, meminta umpan balik, dan mendorong diskusi dapat meningkatkan minat, motivasi, dan pemahaman audiens". Keterlibatan audiens juga dapat membantu pembicara menyesuaikan pesan berdasarkan kebutuhan dan preferensi audiens.

Dengan menerapkan teknik penyajian pesan yang efektif ini, komunikator dapat meningkatkan kualitas dan dampak dari pesan yang disampaikan. Namun, penting untuk mempertimbangkan konteks, audiens, dan tujuan komunikasi dalam memilih teknik yang paling sesuai.

11.5 Pentingnya Memahami Audiens

Memahami audiens adalah langkah krusial dalam proses komunikasi yang efektif. Dengan mengenal karakteristik, kebutuhan, dan preferensi audiens, komunikator dapat menyesuaikan pesan dan gaya komunikasi untuk mencapai hasil yang optimal.

11.5.1 Menganalisis Karakteristik, Kebutuhan, Dan Preferensi Audiens

Menganalisis audiens melibatkan pengumpulan informasi tentang demografi, psikografi, dan perilaku mereka. Menurut Shen et al. (2020), "Analisis audiens yang menyeluruh memungkinkan komunikator untuk memahami latar belakang, motivasi, dan harapan audiens, sehingga dapat merancang pesan yang lebih relevan dan menarik". Beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menganalisis audiens meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, minat, dan gaya belajar.

Teknik pengumpulan data untuk menganalisis audiens dapat mencakup survei, wawancara, *Focus Group Discussion* (FGD), dan analisis data sekunder. Penggunaan teknik pengumpulan data yang beragam dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang audiens dan membantu komunikator membuat keputusan yang lebih baik dalam merancang pesan.

11.5.2 Menyesuaikan Pesan Dan Gaya Komunikasi Dengan Audiens

Setelah memahami karakteristik, kebutuhan, dan preferensi audiens, langkah selanjutnya adalah menyesuaikan pesan dan gaya komunikasi. Menurut Alharthi, et al (2020), "Penyesuaian pesan dan gaya komunikasi dengan audiens dapat meningkatkan relevansi, keterlibatan, dan efektivitas komunikasi". Beberapa strategi untuk menyesuaikan pesan dan gaya komunikasi meliputi:

1. Menggunakan bahasa dan istilah yang dipahami oleh audiens
2. Menyesuaikan tingkat kompleksitas pesan dengan tingkat pengetahuan audiens
3. Menggunakan contoh dan analogi yang relevan dengan pengalaman audiens
4. Memilih saluran komunikasi yang sesuai dengan preferensi audiens
5. Menyesuaikan gaya penyampaian (misalnya, formal atau informal) dengan harapan audiens.

Roskos-Ewoldsen dan Monahan (2013) menekankan pentingnya "merancang komunikasi yang berpusat pada audiens, yang mempertimbangkan perspektif, kebutuhan, dan konteks audiens". Dengan menempatkan audiens sebagai pusat dari proses komunikasi, komunikator dapat menciptakan pesan yang lebih efektif dan persuasif.

Memahami dan menyesuaikan komunikasi dengan audiens adalah keterampilan penting yang harus dikuasai oleh setiap komunikator. Dengan melakukan analisis audiens yang

menyeluruh dan menyesuaikan pesan dan gaya komunikasi, komunikator dapat meningkatkan kualitas dan dampak dari komunikasi mereka.

11.6 Teknik Persuasi Dalam Penyampaian Pesan

Teknik persuasi adalah strategi yang digunakan dalam komunikasi untuk mempengaruhi sikap, kepercayaan, dan perilaku audiens. Dengan menggunakan teknik persuasi yang efektif, komunikator dapat meningkatkan kekuatan dan dampak dari pesan mereka.



Gambar 11.3. Teknik Persuasi Penyampaian Pesan
(Sumber: Ilustrasi dibuat oleh AI – Bing Image Creator 2024)

11.6.1 Menggunakan Bukti Dan Data Pendukung

Penggunaan bukti dan data pendukung dapat meningkatkan kredibilitas dan kekuatan persuasif pesan. Bukti empiris dan data statistik dapat membantu meyakinkan audiens tentang validitas argumen dan mendorong perubahan sikap atau perilaku. Bukti dan data pendukung dapat bersumber dari penelitian ilmiah, laporan resmi, atau studi kasus yang relevan.

Penting untuk memastikan bahwa bukti dan data yang digunakan akurat, terkini, dan relevan dengan pesan yang disampaikan. Menurut Parrott et al. (2021), "Penggunaan bukti

dan data yang tidak akurat atau menyesatkan dapat merusak kredibilitas komunikator dan mengurangi efektivitas persuasi".

11.6.2 Memanfaatkan Daya Tarik Emosional

Daya tarik emosional dapat digunakan untuk menciptakan koneksi dengan audiens dan meningkatkan persuasi pesan. Pesan yang memicu respons emosional positif, seperti harapan, kebahagiaan, atau rasa bangga, dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan mendorong perubahan sikap atau perilaku. Namun, penggunaan daya tarik emosional yang berlebihan atau tidak sesuai dapat mengurangi efektivitas persuasi dan dianggap manipulatif.

11.6.3 Menggunakan Testimoni Atau *Endorsement*

Testimoni atau *endorsement* dari individu atau kelompok yang dihormati atau dipercaya dapat meningkatkan kredibilitas dan persuasi pesan. Menurut Kapitan dan Silvera (2016), "Testimoni atau *endorsement* dari selebriti, ahli, atau konsumen yang puas dapat mempengaruhi sikap dan perilaku audiens melalui proses identifikasi dan transfer makna". Namun, penting untuk memilih testimoni atau *endorsement* yang otentik, relevan, dan sesuai dengan nilai-nilai audiens.

11.6.4 Menyajikan Manfaat Dan Keuntungan Bagi Audiens

Menyajikan manfaat dan keuntungan bagi audiens dapat meningkatkan relevansi dan daya tarik pesan. Menurut Lee dan Kotler (2021), "Pesan yang menekankan manfaat dan keuntungan yang diperoleh audiens, seperti peningkatan kualitas hidup, penghematan biaya, atau peningkatan status sosial, dapat memotivasi perubahan sikap atau perilaku". Penting untuk memastikan bahwa manfaat dan keuntungan yang disajikan realistis, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens.

Dengan menerapkan teknik persuasi yang efektif, komunikator dapat meningkatkan kekuatan dan dampak dari pesan mereka. Namun, penting untuk menggunakan teknik

persuasi dengan cara yang etis, transparan, dan menghormati otonomi audiens.

11.7 Hambatan Dalam Komunikasi Efektif Dan Cara Mengatasinya

Komunikasi yang efektif sering kali terhambat oleh berbagai faktor yang dapat mengganggu penyampaian atau penerimaan pesan. Memahami hambatan-hambatan ini dan menerapkan teknik untuk mengatasinya dapat meningkatkan kualitas dan hasil komunikasi.

11.7.1 Gangguan Fisik (Kebisingan dan Jarak)

Gangguan fisik seperti kebisingan dan jarak dapat mengganggu penyampaian dan penerimaan pesan. Menurut Kapur (2018), "Kebisingan latar belakang, koneksi yang buruk, atau jarak fisik yang jauh antara pengirim dan penerima dapat mengaburkan atau mendistorsi pesan". Untuk mengatasi gangguan fisik, komunikator dapat memilih lingkungan yang tenang, menggunakan alat bantu audio-visual, atau menyesuaikan volume dan kecepatan bicara.

11.7.2 Perbedaan Persepsi Dan Interpretasi

Perbedaan persepsi dan interpretasi antara pengirim dan penerima pesan dapat menyebabkan kesalahpahaman dan konflik. Menurut Ponto et al. (2020), "Perbedaan latar belakang, pengalaman, dan nilai-nilai individu dapat mempengaruhi cara mereka menafsirkan dan merespons pesan". Untuk mengatasi perbedaan persepsi dan interpretasi, komunikator dapat menggunakan bahasa yang jelas dan spesifik, meminta umpan balik, dan menerapkan teknik *active listening*.

11.7.3 Hambatan Bahasa Dan Budaya

Perbedaan bahasa dan budaya dapat menciptakan hambatan dalam komunikasi, terutama dalam konteks global atau multikultural. Menurut Arasaratnam (2015), "Perbedaan kosa kata, tata bahasa, nada suara, dan norma-norma budaya dapat menyebabkan kesalahpahaman dan kegagalan

komunikasi". Untuk mengatasi hambatan bahasa dan budaya, komunikator dapat mempelajari bahasa dan budaya target, menggunakan penerjemah atau mediator budaya, dan menerapkan prinsip-prinsip komunikasi antarbudaya yang efektif.

11.7.4 Teknik Untuk Mengatasi Hambatan Komunikasi

Beberapa teknik yang dapat digunakan untuk mengatasi hambatan komunikasi meliputi:

1. Menggunakan bahasa yang jelas, sederhana, dan spesifik
2. Memeriksa pemahaman dan meminta umpan balik
3. Menggunakan alat bantu visual untuk memperjelas pesan
4. Menerapkan active listening dan empati
5. Menyesuaikan gaya komunikasi dengan audiens
6. Membangun hubungan dan kepercayaan dengan audiens

Menurut Paglia et al. (2018), "Penerapan teknik komunikasi yang efektif dapat membantu mengatasi hambatan, meningkatkan pemahaman, dan mencapai tujuan komunikasi".

Dengan memahami dan mengatasi hambatan komunikasi, komunikator dapat meningkatkan kualitas dan efektivitas komunikasi mereka. Hal ini membutuhkan kesadaran, keterampilan, dan adaptasi yang terus-menerus dalam menghadapi tantangan komunikasi yang beragam.

11.8 Evaluasi Efektivitas Komunikasi

Evaluasi efektivitas komunikasi adalah proses penting untuk menilai sejauh mana tujuan komunikasi telah tercapai dan mengidentifikasi area yang membutuhkan perbaikan. Dengan melakukan evaluasi secara teratur, komunikator dapat meningkatkan kualitas dan dampak dari upaya komunikasi mereka.

11.8.1 Mengukur Pemahaman Dan Respon Audiens

Mengukur pemahaman dan respon audiens adalah langkah kunci dalam mengevaluasi efektivitas komunikasi. Metode evaluasi seperti survei, tes pemahaman, atau analisis

perilaku dapat digunakan untuk menilai sejauh mana audiens memahami, menerima, dan merespons pesan. Hasil pengukuran ini dapat memberikan wawasan tentang kekuatan dan kelemahan komunikasi serta area yang membutuhkan perbaikan.

Pengukuran pemahaman dan respon audiens juga dapat dilakukan melalui metode kualitatif, seperti wawancara mendalam atau focus group discussion. Menurut Parvanta et al. (2021), "Metode kualitatif dapat memberikan pemahaman yang lebih kaya tentang persepsi, sikap, dan pengalaman audiens terkait komunikasi yang dilakukan".

11.8.2 Mengumpulkan Umpan Balik

Mengumpulkan umpan balik dari audiens adalah cara yang efektif untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi dan mengidentifikasi area perbaikan. Umpan balik dapat dikumpulkan melalui berbagai saluran, seperti survei, formulir umpan balik, atau platform media sosial. Umpan balik yang dikumpulkan dapat meliputi pendapat, saran, atau kritik dari audiens terkait konten, format, atau gaya komunikasi.

Penting untuk menciptakan lingkungan yang mendorong audiens untuk memberikan umpan balik yang jujur dan konstruktif. Komunikator harus menunjukkan keterbukaan, menghargai umpan balik, dan menggunakan umpan balik untuk melakukan perbaikan dan peningkatan komunikasi.

11.8.3 Melakukan Penyesuaian Dan Perbaikan Berdasarkan Evaluasi

Hasil evaluasi efektivitas komunikasi harus digunakan sebagai dasar untuk melakukan penyesuaian dan perbaikan. Menurut Macnamara (2018), "Komunikator harus menganalisis temuan evaluasi, mengidentifikasi area yang membutuhkan perbaikan, dan mengembangkan rencana tindakan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi di masa depan". Penyesuaian dapat meliputi perubahan konten, format, saluran, atau pendekatan komunikasi.

Proses evaluasi dan perbaikan komunikasi harus dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan bahwa komunikasi tetap relevan dan efektif dalam menghadapi perubahan audiens, konteks, atau tujuan. Evaluasi dan perbaikan yang berkelanjutan memungkinkan komunikator untuk beradaptasi dengan cepat, mengatasi tantangan baru, dan terus meningkatkan kualitas komunikasi mereka.

Evaluasi efektivitas komunikasi adalah proses penting yang memungkinkan komunikator untuk menilai dampak upaya komunikasi mereka, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta melakukan penyesuaian dan perbaikan yang diperlukan. Dengan menerapkan evaluasi secara teratur dan menggunakan hasilnya untuk meningkatkan komunikasi, komunikator dapat mencapai tujuan mereka dengan lebih efektif dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens

DAFTAR PUSTAKA

- Alharthi, M., Bown, Andy, & Pullen, Darren (2020). The Use of Social Media Platforms to Enhance Vocabulary Development in Learning a New Language: A Review of The Literature. <https://dx.doi.org/10.24093/awej/call6.21>
- Arasaratnam, L. A. (2015). Research in intercultural communication: Reviewing the past decade. *Journal of International and Intercultural Communication*, 8(4), 290-310. <https://doi.org/10.1080/17513057.2015.1087096>
- Buble, M. (2021). Effective communication skills. *Technium Social Sciences Journal*, 16, 17-28.
- Dainton, M. Zelley, E.D. (2021). Applying communication theory for professional life: A practical introduction (4th ed.). SAGE Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/applying-communication-theory-for-professional-life/book269883>
- Jiang, H., Luo, Y., & Kulemeka, O. (2019). Strategic social media use in public relations: Understanding the impact of organizational social media message strategies on public engagement. *Public Relations Review*, 45(2), 186-197. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.01.006>
- Kapitan, S., Silvera, D.H. From digital media influencers to celebrity endorsers: attributions drive endorser effectiveness. *Mark Lett* 27, 553-567 (2016). <https://doi.org/10.1007/s11002-015-9363-0>
- Kapur, R. (2018). Barriers to effective communication. *Proceedings of the International Conference on Science, Technology, Engineering & Management (ICSTEM)*, 675-679. https://www.researchgate.net/publication/323794732_Barriers_to_Effective_Communication#fullTextFileContent
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2021). Social marketing: Behavior change for social good (6th ed.). SAGE Publications.

- <https://www.amazon.com/Social-Marketing-Behavior-Change-Good/dp/1544351496>
- Lunenburg, F. C. (2010). Communication: The process, barriers, and improving effectiveness. *Schooling*, 1(1), 1-10. <http://www.nationalforum.com/Electronic%20Journal%20Volumes/Lunenburg,%20Fred%20C,%20Communication%20Schooling%20V1%20N1%202010.pdf>
- Luthra, A., & Dahiya, R. (2015). Effective leadership is all about communicating effectively: Connecting leadership and communication. *International Journal of Management & Business Studies*, 5(3), 43-48. https://www.mcgill.ca/engage/files/engage/effective_communication_luthra_dahiya_2015.pdf
- Luthra, A., & Dahiya, R. (2015). Effective leadership is all about communicating effectively: Connecting leadership and communication. *International Journal of Management & Business Studies*, 5(3), 43-48. https://www.mcgill.ca/engage/files/engage/effective_communication_luthra_dahiya_2015.pdf
- Macnamara, J. (2018). Toward a theory and practice of organizational listening. *International Journal of Listening*, 32(1), 1-23. <https://doi.org/10.1080/10904018.2017.1375076>
- Musa, A. S., Azmi, M. N. L., & Ismail, N. S. (2020). Exploring the uses and gratifications theory in the use of social media among the students of mass communication in Nigeria. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(1), 111-127. <http://dx.doi.org/10.21315/mjde2015.17.2.6>
- Okoro, E., Washington, M. C., & Thomas, O. (2017). The impact of interpersonal communication skills on organizational effectiveness and social self-efficacy: A synthesis. *International Journal of Language and Linguistics*, 4(3), 28-32. https://ijllnet.com/journals/Vol_4_No_3_September_2017/3.pdf

- Paglia, A., Di Genova, F., & Mussi, E. (2018). Effective communication techniques in the workplace. *Proceedings of the 12th International Conference on Society and Information Technologies (ICSIT 2018)*, 133-137.
- Papavasileiou, E. F., Yovcheva, Z., Buhalis, D., Gatzidis, C., & Elzabi, S. (2017). A comparative study of visual methods in destination message communication. *Proceedings of the 2017 ACM International Conference on Interactive Surfaces and Spaces*, 277-281.
<https://dl.acm.org/doi/proceedings/10.1145/3132272>
- Parrott, S., Britt, B. C., & Hayes, J. L. (2021). Ethical issues in the use of persuasion and emotional appeals in health communication. *Journal of Health Communication*, 26(5), 358-368.
<https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1747353>
- Parvanta, C., Nelson, D. E., Harner, R. N., & Parvanta, S. A. (2021). *Public health communication: Critical tools and strategies*. Jones & Bartlett Learning.
<https://doi.org/10.1016/B978-0-323-69761-9.00013-2>
- Phutela, D. (2015). The importance of non-verbal communication. *IUP Journal of Soft Skills*, 9(4), 43-49.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2715432
- Ponto, J., Ellington, L., Mellon, S., & Beck, S. L. (2020). Predictors of adjustment and growth in women with recurrent ovarian cancer. *Oncology Nursing Forum*, 37(3), 357-364.
<https://doi.org/10.1188/10.onf.357-364>
- Roskos-Ewoldsen, D. R., & Monahan, J. L. (Eds.). (2013). *Communication and social cognition: Theories and methods*. Routledge.
<https://www.goodreads.com/book/show/6933005-communication-and-social-cognition>
- Šerić, M. (2020). The role of integrated marketing communications in brand identity development. *Journal of Brand Management*, 27(2), 167-179.
<http://proceedings.emac-online.org/pdfs/A2022-107445.pdf>

Shen, C., Kasra, M., Pan, W., Bassett, G. A., Malloch, Y., & O'Brien, J. F. (2020). Fake images: The effects of source, intermediary, and digital media literacy on contextual assessment of image credibility online. *Journal of Human-Computer Interaction*, 36(5), 1-22.
<https://doi.org/10.1177/1461444818799526>

BIODATA PENULIS



Dede Mercy Rolando, M.Sos

Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Ushuludin, Adab dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Metro, Lampung - Indonesia.

Penulis lahir di Bandar Lampung pada tahun 1996. Penulis saat ini bekerja sebagai Dosen PNS dengan Formasi Jurnalistik pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Penulis merupakan lulusan S1 pada Prodi KPI di UIN Raden Intan Lampung (2018) dan S2 UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2020). Buku Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi merupakan buku ketiga penulis dan Tim. Adapun buku pertama penulis ialah Dasar-Dasar Public Relations dan kedua Komunikasi di Era Digital. Selain buku, Penulis memiliki beberapa artikel yang dapat pembaca akses di link Google Scholar berikut ini <https://scholar.google.com/citations?user=iUI0XLoAAAAJ&hl=en> . Penulis memiliki focus tulisan terkait Public Relations, Jurnalistik, *Cyberreligion*, hingga Dakwah di era digital.

BIODATA PENULIS



Niscaya Hia, S.Kom., M.Si.

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sari Mutiara Indonesia

Penulis lahir di Gunungsitoli tanggal 30 Agustus 1989. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Ilmu Komputer (2008) dan melanjutkan S2 pada Jurusan Magister Ilmu Komunikasi (2016).

BIODATA PENULIS



Silvia AR, S.Pd., M.Pd.

Dosen Program Studi Bimbingan dan Konseling
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Penulis lahir di Koto Baru tanggal 2 April 1992. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Bimbingan dan Konseling Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sriwijaya. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Bimbingan dan Konseling Universitas Negeri Padang dan melanjutkan S2 pada Jurusan Bimbingan dan Konseling Universitas Pendidikan Indonesia.

Pengalaman penulis pernah menjadi tenaga pengajar di SMA N 14 Bandung pada tahun 2017, SMK DEK Padang tahun 2018, SMA N 7 Padang pada tahun 2019 yaitu sebagai guru bimbingan dan konseling.

Sejak 2019 mengajar di Program Studi Bimbingan dan Konseling dengan berbagai Mata Kuliah yang diampu yaitu, Psikologi Perkembangan, Filsafat Ilmu, Bimbingan dan Konseling Kelompok, Bimbingan dan Konseling Pribadi dan Sosial, Konseling Keluarga, Bimbingan dan Konseling Karir, Psikologi Industri, Diagnosis Kesulitan Belajar, Metodologi Penelitian Kuantitatif.

BIODATA PENULIS



Dr. Desy Misnawati. M.I.Kom.

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Bina Darma

Dr. Desy Misnawati, M.I.Kom., lahir di Palembang pada tanggal 8 Desember 1974. Saat ini sebagai Dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bina Darma. Menempuh Pendidikan S1 di STISIPOL Candradimuka Palembang, S2 dan S3 di Pascasarjana FIKOM Universitas Padjadjaran. Dr. Desy Misnawati memiliki keahlian dalam bidang ilmu komunikasi, media dan komunikasi massa, public relations, serta komunikasi antarbudaya.

BIODATA PENULIS



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M, CSCP, CHRP.

Dosen Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara

Penulis lulus dari Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung pada tahun 1997, kemudian meniti karir profesional di industri perhotelan dan *hospitality*. Pada tahun 2011, penulis meneruskan pendidikan ke jenjang magister di Universitas Mercu Buana Jakarta dan lulus pada tahun 2013. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke jenjang doctoral pada tahun 2015 dan lulus pada tahun 2019 di Universitas Muhammadiyah Jakarta. Sejak tahun 2014 sampai sekarang penulis menjadi pengajar penuh waktu di Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara Tangerang. Penulis fokus pada bidang *supply chain*, *logistic* dan pengembangan sumber daya manusia. Penulis aktif menulis artikel ilmiah berskala nasional maupun internasional, termasuk di dalamnya aktif menjadi *reviewer* jurnal nasional dan internasional. Penulis juga berperan aktif dalam asosiasi industri sekaligus berperan sebagai asesor kompetensi Badan Nasional Sertifikasi Profesi Republik Indonesia (BNSP RI) untuk bidang logistik dan sumber daya manusia.

Email Penulis:

mohammad.annas@umn.ac.id/annasjom@gmail.com

BIODATA PENULIS



Juriyah

Dosen di Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember

Penulis adalah dosen di Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember. Gelar S-1 diperoleh dari Fikom Universitas Padjadjaran S-2 nya kembali di tempuh di Universitas Padjadjaran Bandung BKU Komunikasi , dan S-3 nya diraih dari Universitas Airlangga Surabaya Program Studi Ilmu Sosial Tahun 2018.

BIODATA PENULIS



Fathimah Nadia Qurrota A'yun, M.Sos.

Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri
Walisongo Semarang

Penulis lahir di Semarang tanggal 29 Juni 1995. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam negeri Walisongo Semarang. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan melanjutkan S2 pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Penulis memiliki minat di dunia *broadcasting* dan pernah menjadi penyiar Radio Suara Salatiga. Selain itu penulis juga memiliki minat di dunia konten kreator dan sebelumnya pernah bekerja menjadi pengelola media sosial pada Dinas Kominfo Kota Salatiga. Penulis juga merupakan anggota Perhumas sejak tahun 2023.

BIODATA PENULIS



Adi Muhammad Ramadhan, M.I.Kom.

Dosen Program Studi Hubungan Masyarakat
Politeknik LP3I

Penulis lahir di Bandung pada tahun 1989. Penulis merupakan dosen pada Program Studi Hubungan Masyarakat di Politeknik LP3I. Menyelesaikan pendidikan S1 pada jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Pasundan Bandung serta S2 pada jurusan Komunikasi Bisnis di Universitas Islam Bandung. Pada saat ini penulis juga diamanahi menjadi Kaprodi (Ketua Program Studi) pada program D3 di Program Studi Hubungan Masyarakat Politeknik LP3I dari tahun 2020.

Selain pada aktivitas yang mencakup dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi, penulis juga beraktivitas dalam hal-hal yang berlandaskan sosial, kreativitas, komunitas dan hal lainnya seperti menjadi pembina pada Himpunan Mahasiswa (HIMA), *Station Manager* pada salah satu radio komunitas berbasis streaming, serta menjadi tim kreatif dalam beberapa pelaksanaan kegiatan baik formal maupun informal. Penulis juga memiliki hobi, salah satunya adalah menonton *anime*.

BIODATA PENULIS



I Made Widianegara, S.Psi.,M.Si.

Dosen Program Studi Administrasi Bisnis
Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali

Penulis lahir di Karangasem, 18 Februari 1979. Menyelesaikan pendidikan tinggi; Pendidikan Sarjana (S-1) pada Program Studi Ilmu Psikologi di Universitas Wisnuwardhana, Malang (2003); Pendidikan Magister (S-2) pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Padjadjaran, Bandung (2007). Saat ini tercatat sebagai Dosen Tetap pada Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali dan sekaligus sebagai Ketua Program Studi Administrasi Bisnis (sejak 2020). Selain itu, mulai tahun 2023 sedang melanjutkan studi di Program Doktor Ilmu Komunikasi di Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar. Penulis juga aktif dalam penulisan artikel di berbagai jurnal, maupun dalam buku referensi dan book chapter. Penulis dapat dihubungi melalui email: madewidianegara@pnb.ac.id atau HP/WA 08124698744.