

KOMUNIKASI

Trenda Aktiva Oktariyanda, S.AP., M.AP.
Galih Wahyu Pradana, S.A.P., M.Si.



Penerbit
Unesa University Press

Trenda Aktiva Oktariyanda, S.AP., M.AP.
Galih Wahyu Pradana, S.A.P., M.Si.

KOMUNIKASI

Diterbitkan Oleh

UNESA UNIVERSITY PRESS

Anggota IKAPI No. 060/JTI/97

Anggota APPTI No. 133/KTA/APPTI/X/2015

Kampus Unesa Ketintang

Gedung C-15 Surabaya

Telp. 031 – 8288598; 8280009 ext. 109

Fax. 031 – 8288598

Email : unipress@unesa.ac.id

unipressunesa@gmail.com

vi,86 hal., Illus, 15,5 x 23

ISBN : 978-602-449-465-0

copyright © 2020 Unesa University Press

All right reserved

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apapun baik cetak, fotoprint, microfilm, dan sebagainya, tanpa izin tertulis dari penerbit

KATA PENGANTAR

Puji ke Hadirat Allah Yang Maha Kuasa, karena atas berkat Rahmat dan Karunia-Nya, akhirnya Penelitian Kebijakan Pengembangan Buku Ajar dengan output berupa buku ajar yang berjudul **Buku Ajar Mata Kuliah Komunikasi** ini bisa selesai sesuai jadwal.

Buku Ajar ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban atas kegiatan Penelitian Kebijakan Pengembangan Bahan Ajar yang diselenggarakan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) UNESA.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada :

1. Rektor Universitas Negeri Surabaya, Dekan FISH, dan reviewer yang memberikan saran dan masukan demi kesempurnaan buku ajar ini.
2. Ketua Jurusan Administrasi Publik dan rekan-rekan dosen, yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengikuti berbagai kegiatan guna menunjang dan meningkatkan kualitas proses pembelajaran bagi penulis dan dosen-dosen lainnya.
3. Kepada Orang Tua, Istri, Anak, dan segenap keluarga yang selalu sabar menghadapi kesibukan-kesibukan penulis dan selalu mengingatkan tentang kewajiban penulis sebagai seorang dosen, serta selalu memberikan warna dan semangat dalam hidup.
4. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah membantu tersusunnya buku ajar ini.

Berkat merekalah penulis mempunyai motivasi, pemikiran dan tenaga untuk dengan segera menyelesaikan buku ajar Komunikasi ini.

Penulis menyadari masih banyak sekali kekurangan dalam penulisan buku ajar ini, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan buku ajar ini.

Surabaya, November 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENGERTIAN KOMUNIKASI SEBAGAI ILMU	
PENGETAHUAN	1
A. STANDAR KOMPETENSI.....	1
B. MATERI PERKULIAHAN	1
BAB II LATAR BELAKANG DAN SEJARAH	
KOMUNIKASI	19
A. STANDAR KOMPETENSI.....	19
B. MATERI PERKULIAHAN	19
BAB III TINJAUAN DASAR DAN PEMETAAN TEORI	
KOMUNIKASI	30
A. STANDAR KOMPETENSI.....	30
B. MATERI PERKULIAHAN	30
BAB IV KOMPONEN, FUNGSI, SIFAT DAN TUJUAN	
KOMUNIKASI	43
A. STANDAR KOMPETENSI.....	43
B. MATERI PERKULIAHAN	43

BAB V PROSES DAN HAMBATAN BERKOMUNIKASI....	56
A. STANDAR KOMPETENSI.....	56
B. MATERI PERKULIAHAN	56
BAB VI TRADISI DAN ETIKA KOMUNIKASI	67
A. STANDAR KOMPETENSI.....	67
B. MATERI PERKULIAHAN	67
DAFTAR PUSTAKA	86

BAB I

PENGERTIAN KOMUNIKASI SEBAGAI ILMU PENGETAHUAN

A. STANDAR KOMPETENSI

Memahami materi Pengertian Komunikasi Sebagai Ilmu Pengetahuan

Kompetensi Dasar yang Diharapkan

1. Mampu menjelaskan gambaran awal Komunikasi
2. Mampu mendeskripsikan Ilmu Komunikasi dari segi Ontologi
3. Mampu mendeskripsikan Ilmu Komunikasi dari segi Epistemologi
4. Mampu mendeskripsikan Ilmu Komunikasi dari segi Aksiologi

B. MATERI PERKULIAHAN

1. Definisi Komunikasi Secara Umum

Secara etimologi, istilah “komunikasi” dalam bahasa Inggris adalah “*communication*” yang bersumber dari kata “*comunis*” atau “*commonicatio*” yang berarti sama atau sama maknanya. Komunikasi juga berasal dari kata “*communication*” atau “*communicare*” yang berarti "membuat sama" (*to make common*). Berarti bahwa komunikasi secara prosesnya dipahami menjadi komunikasi sebagai kata kerja (*verb*) dalam bahasa Inggris, “*communicate*”, yang bermakna: a) untuk membuat sama; b) untuk membuat tahu; c) untuk bertukar pikiran-pikiran, perasaan-perasaan dan informasi; d) untuk mempunyai sebuah hubungan yang simpatik. Ada pula komunikasi sebagai kata benda (*noun*), “*communication*”, berarti: a) ilmu

pengetahuan tentang pengiriman informasi; b) pertukaran simbol, pesan-pesan yang sama, dan informasi; c) proses pertukaran diantara individu-individu melalui simbol-simbol yang sama; d) seni untuk mengekspresikan gagasan-gagasan (Stuart dalam Vardiansyah, 2004).

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gestur tubuh, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi nonverbal.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sendiri (<https://kbbi.web.id/komunikasi>), pengertian komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami; hubungan; kontak. Dalam kamus *Oxford Dictionary* yang diterbitkan oleh Oxford University Press (2010) menguraikan pengertian komunikasi atau “*communication is the sending or exchange of information, ideas, etc.*” yang berarti Komunikasi merupakan pengiriman atau tukar informasi dan sebagainya).

Sementara itu, dalam *Webster's New Collegiate Dictionary* (1981) antara lain dijelaskan bahwa komunikasi adalah sebuah proses pertukaran informasi diantara individu melalui system lambing-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku.

Sejumlah pakar mengartikan komunikasi menurut perspektif mereka masing-masing yang dijabarkan sebagai berikut :

a. Robbins (2008)

Komunikasi menurut Robbins (2008) adalah kegiatan dalam penyampaian pesan atau informasi tentang pikiran atau perasaan.

b. John R. Schemerhorn Jr. (2014)

Dalam bukunya *Managing Organizational Behavior dan Management 13th Edition*, John R. Schemerhorn Jr. menjelaskan komunikasi diartikan sebagai proses antara pribadi dalam mengirim dan menerima pesan-pesan yang digunakan untuk kepentingan mereka

c. Sarah Trenholm dan Arthur Jensen (1996)

Komunikasi adalah “*A process by which a source transmits a message to a receiver through some channel.* (Komunikasi adalah suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran.

d. John C. Merrill (2002)

Komunikasi merupakan suatu penyesuaian pikiran dalam penciptaan perangkat simbol bersama didalam pikiran para peserta.

e. Raymond S. Ross (1983)

Mendefinisikan komunikasi merupakan suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh sang komunikator.

f. Gode (1959)

Gode dalam buku Verdiansyah yang berjudul filsafat Ilmu Komunikasi (2005:25) mengatakan Komunikasi adalah suatu proses dengan membuat sesuatu yang semula dimiliki seseorang (monopoli seseorang) menjadi milik dua orang atau lebih.

g. James A. F. Stoner (2009)

Dalam bukunya Manajemen, James A. F. Stoner mengemukakan komunikasi sebagai suatu proses dimana seseorang berusaha untuk memberikan pengertian dengan memindahkan pesan.

Berlandaskan sejumlah definisi dari para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi baik berupa pikiran, perasaan, gagasan, maupun kemampuan dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk mempengaruhi pikiran komunikan dan mendapatkan respon balik (*feedback*) bagi komunikator, sehingga komunikator bisa mengetahui sukses atau tidaknya suatu pesan/informasi yang diberikan kepada komunikan.

2. Ilmu Komunikasi dari segi Ontologi

Deddy Mulyana (2005) mengategorikan definisi-definisi tentang komunikasi dalam tiga konseptual, yaitu :

1) Komunikasi sebagai tindakan satu-arah

Komunikasi sebagai tindakan satu-arah adalah suatu pemahaman komunikasi sebagai penyampaian pesan searah dari seseorang kepada seseorang (sekelompok orang) lainnya, yang dilakukan baik secara langsung ataupun melalui media, seperti surat kabar, majalah, atau televisi. Pemahaman komunikasi sebagai proses searah ini oleh

Michael Burgoon disebut definisi berorientasi-sumber (source-oriented definition). Pemahaman komunikasi sebagai proses searah sebenarnya kurang sesuai jika diterapkan pada komunikasi tatap muka, tetapi tidak terlalu keliru bila diterapkan pada komunikasi publik (pidato) yang tidak melibatkan tanya jawab. Definisi ini mengisyaratkan komunikasi merupakan semua kegiatan yang secara sengaja dilakukan seseorang dengan tujuan menyampaikan rangsangan untuk membangkitkan respon orang lain. Dalam konteks ini, komunikasi dianggap suatu tindakan yang disengaja untuk menyampaikan pesan demi memenuhi kebutuhan komunikator, seperti menjelaskan sesuatu sesuatu kepada orang lain atau membujuk untuk melakukan sesuatu. Beberapa definisi komunikasi dalam konseptual tindakan satu arah :

a. Everet M. Rogers

Komunikasi merupakan suatu proses dimana suatu ide, gagasan, atau pikiran dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku.

b. Gerald R. Miller

Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.

c. Carl R. Miller

Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunkate).

d. Theodore M. Newcomb

Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi terdiri dari rangsangan yang diskriminatif dari sumber atau pengirim a kepada penerima.

2) Komunikasi sebagai interaksi

Definisi komunikasi dalam konsep ini menurut Shanon dan Weaver dalam Wiryanto (2004) komunikasi merupakan bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk-bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi. Komunikasi sebagai interaksi, dalam arti sempit interaksi berarti saling mempengaruhi (mutual influence). Pandangan ini menyetarakan komunikasi dengan proses sebab-akibat, yang arahnya bergantian. Salah satu unsur yang dapat ditambahkan dalam konseptualisasi kedua ini adalah umpan balik (feed back), yaitu apa yang disampaikan penerima pesan kepada sumber pesan, yang sekaligus digunakan sumber pesan sebagai petunjuk mengenai efektivitas pesan yang ia sampaikan sebelumnya, sehingga berdasarkan umpan balik itu sumber dapat mengubah pesan selanjutnya agar sesuai dengan tujuannya.

3) Komunikasi sebagai transaksi

Komunikasi sebagai transaksi adalah proses personal karena makna atau pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi. Dalam komunikasi transaksional, komunikasi dianggap telah berlangsung bila seseorang telah menafsirkan perilaku orang lain, baik verbal ataupun non-verbalnya. Kelebihan konseptualisasi komunikasi sebagai transaksi adalah

bahwa komunikasi tersebut tidak membatasi kita pada komunikasi yang disengaja atau respons yang dapat diamati. Beberapa definisi dari para ahli yang sesuai dengan konsep transaksi, diantaranya :

- a. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, Komunikasi adalah proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih
- b. Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson, Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna
- c. William I. Gordon, Komunikasi adalah suatu transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan
- d. Donald Byker dan Loren J. Anderson, Komunikasi adalah berbagi informasi antara dua orang atau lebih.

3. Ilmu Komunikasi dari segi Epistemologi

Komponen-komponen dasar yang terdapat dalam proses komunikasi antara lain :

- a. Pengirim pesan (*sender*) : disebut juga sebagai komunikator, yaitu seseorang yang memiliki ide, gagasan atau pemikiran untuk disampaikan kepada orang lain dengan harapan dapat dipahami oleh orang yang menerima pesan tersebut sesuai dengan yang dimaksudkan. Komunikator dapat dilihat dari jumlahnya terdiri dari :
 1. Satu orang
 2. Banyak orang dalam artian lebih dari satu
 3. massa
- b. Pesan (*message*) : informasi yang akan disampaikan oleh pengirim pesan yang dapat berbentuk verbal maupun non verbal dan akan efektif apabila disampaikan secara baik dan jelas.

Pesan berbentuk verbal diantaranya :

1. Komunikasi yang dijalin secara lisan (oral)
2. Komunikasi yang dijalin secara tulisan (written)

Pesan bentuk nonverbal yaitu dengan menggunakan sandi-sandi.

Contoh dari pesan itu sendiri dapat berupa informasi, ajakan, rencana kerja, pertanyaan dan lain-lain.

- c. Simbol atau isyarat : dalam tahap ini pengirim pesan akan membuat kode atau simbol dengan tujuan agar pesannya dapat dipahami dengan baik oleh orang lain. Contohnya seorang guru dalam menyampaikan pesan kepada siswanya dalam bentuk kata-kata maupun perbuatan berupa gerakan badan dengan harapan siswa dapat memahami maksud dari pesan tersebut.
- d. Media atau penghubung : Penggunaan media sebagai alat menyampaikan pesan ini disesuaikan dengan isi dari pesan yang akan disampaikan, jumlah pesan, situasi maupun kondisi. Dalam hal ini ada dua cara yang digunakan untuk menyampaikan pesan :
 1. secara langsung (*face to face*)
 2. melalui media, seperti televisi, radio, surat kabar, telepon, dll
- e. Mengartikan kode atau isyarat : setelah pesan diterima, penerima pesan harus dapat mengartikan simbol atau kode pesan tersebut sehingga dapat dipahami isi dari pesan.
- f. Penerima pesan : bertindak sebagai orang yang dapat memahami isi pesan yang berbentuk kode atau isyarat dari pengirim tanpa mengurangi arti dari pesan yang dimaksud pengirim.
- g. Balikan (*feedback* : tanggapan atau respon yang diberikan oleh penerima pesan dalam bentuk verbal maupun non verbal yang

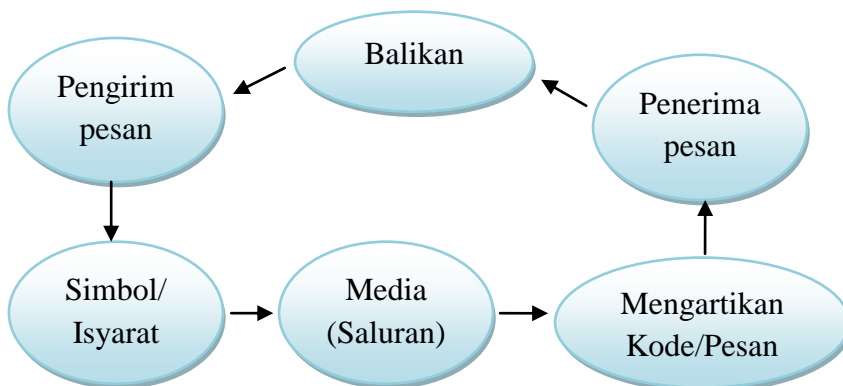
ditujukan kepada pengirim pesan. Hal ini perlu dilakukan untuk mengetahui pesan yang disampaikan oleh pengirim apakah sudah diterima dengan pemahaman yang benar dan tepat oleh penerima.

- h. Gangguan : tidak termasuk dalam proses komunikasi, tetapi dapat mempengaruhi proses komunikasi karena dalam suatu situasi terkadang terjadi gangguan. Gangguan merupakan penghambat komunikasi karena dapat menyebabkan penerima salah mengartikan pesan yang diterimanya.

Faktor-Faktor yang menyebabkan terjadinya gangguan dalam komunikasi, antara lain :

- a. Kebisingan
- b. Keadaan psikologis komunikan
- c. Kekurangan keterampilan komunikator/komunikan
- d. Kesalahan penilaian oleh komunikator
- e. Kurangnya pengetahuan kmunikator/komunikan
- f. Bahasa
- g. Isi pesan berlebih, dan sebagainya

Skema Proses Komunikasi



4. Ilmu Komunikasi dari segi Aksiologi

Aksiologi dalam ilmu komunikasi Aksiologis mempertanyakan nilai: bagaimana dan untuk tujuan apa ilmu komunikasi itu digunakan. Penilaian ini menjadi terkait oleh nilai etis atau moral. Hanya tindakan manusia yang sengaja yang dapat dikenakan penilaian etis. Akar tindakan manusia adalah falsafah hidup: kesatuan nilai- nilai yang menurut manusia yang memilikinya memiliki derajat teragung yang jika terwujud ia yakin akan bahagia. Dalam aksiologi ilmu komunikasi pertanyaan utama adalah untuk tujuan apa praktisi komunikasi menggunakan ilmunya tergantung pada pokok jawaban atas pertanyaan pokok falsafah hidup individu manusianya: apakah ilmunya akan digunakan untuk kebaikan dan kemaslahatan umat, atau sebaliknya? Demikian pula halnya dengan ilmuwan komunikasi, falsafah hidupnya akan menentukan dalam: (a) Memilih obyek penelitian (b) Cara melakukan penelitian (c) Menggunakan produk hasil penelitiannya.

Kebutuhan memengaruhi (persuasive), retorik (public speaking), spreading of information, propaganda, adalah sebagian kecil dari manfaat Ilmu Komunikasi. Secara pragmatis, aspek aksiologis dari Ilmu Komunikasi terjawab seiring perkembangan kebutuhan manusia.

Tidak sebagaimana dengan ilmu-ilmu alam yang objeknya eksak, misalnya dalam biologi akan mudah untuk membedakan kucing dengan anjing, mana jantung dan mana hati, sehingga tidak memerlukan pendefinisian secara ketat. Tidak demikian halnya dengan ilmu-ilmu sosial yang objeknya abstrak. Ilmu komunikasi berada dalam rumpun ilmu-ilmu sosial yang berobjek abstrak, yaitu tindakan manusia dalam konteks sosial. Komunikasi sebagai kata yang abstrak sulit untuk

didefinisikan. Para pakar telah membuat banyak upaya untuk mendefinisikan komunikasi. Ilmu komunikasi sebagai salah satu ilmu sosial mutlak memberikan definisi tajam dan jernih guna menjelaskan objeknya yang abstrak itu.

Tidak semua peristiwa merupakan objek kajian ilmu komunikasi. Sebagaimana diutarakan, objek suatu ilmu harus terdiri dari satu golongan masalah yang sama sifat hakikatnya. Karena objeknya yang abstrak, syarat objek ilmu komunikasinya adalah memiliki objek yang sama, yaitu tindakan manusia dalam konteks sosial. Artinya, peristiwa yang terjadi antarmanusia. Contoh, Anda berkata kepada seorang teman, "Wah, maaf, kemarin saya lupa menelepon." Peristiwa ini memenuhi syarat objek ilmu komunikasi, yaitu bahwa yang dikaji adalah komunikasi antarmanusia, bukan dengan yang lain selain makhluk manusia.

Telah diketahui ilmu komunikasi memiliki sejumlah ilmu praktika, yaitu Hubungan Masyarakat, Periklanan, dan Jurnalistik. Misalnya, jika ilmu komunikasi juga mempelajari penyampaian pesan kepada makhluk selain manusia, bagaimanakah agar pesan kehumasan yang ditujukan kepada bebatuan serta tumbuhan yang tercemar limbah perusahaan sehingga memberi respon positif mereka? Dengan kata lain, penyampaian pesan kepada makhluk selain manusia akan mencederai kriteria objek keilmuannya.

Secara aksiologis kegunaan berita infotainment dititik beratkan kepada hiburan. Pengelola acara ini menarik audiens hanya dengan menyajikan tontonan yang enak dilihat sebagai sebuah strategi bisnis jurnalisme. Hal ini akan berdampak pada menundanya selera dan harapan sejumlah orang terhadap sesuatu yang lain. Ketika etika infotainment telah

salah langkah mencoba untuk ”menyaingkan” antara berita & hiburan. Padahal nilai dan daya pikat berita itu berbeda, infotainment pada gilirannya akan membentuk audiens yang dangkal karena terbangun atas bentuk bukan substansi.

Pengelola media melalui berita infotainment terkadang tidak lagi mempertimbangkan moral sebagai pengontrol langkah mereka sehingga begitu mengabaikan kepentingan masyarakat. Hal itulah yang terjadi dengan berita infotainment di Indonesia, beberapa kaidah yang semestinya dijalankan malah diabaikan demi kepentingan mengejar rating dan meraup keuntungan dari pemasang iklan.

5. Teori-teori Komunikasi

West dan Turner (2010) mengklasifikasikan 7 (tujuh) konteks komunikasi yaitu: Konteks adalah lingkungan komunikasi berada yang melengkapi latar belakang peneliti atau teorist dalam menganalisa suatu fenomena. Meskipun berlatar belakang berbeda, namun secara tradisional komunikasi secara umum dibagi menjadi beberapa bagian berdasarkan konteks yang ada, sebagai berikut :

a. Komunikasi *intrapersonal*

Komunikasi *Intrapersonal* adalah komunikasi pada diri sendiri yang difokuskan pada kognisi, simbol dan intensi individu. Komunikasi ini menekankan pada peran dari proses komunikasi pada diri sendiri, seperti merenung, berhayal, dan lain-lain. Komunikasi interpersonal pusat dari aktivitas komunikasi karena dengan mengenal diri sendiri akan lebih mudah memahami orang lain.

b. Komunikasi *interpersonal*

Komunikasi *interpersonal* adalah komunikasi yang mengacu pada komunikasi tatap muka (*face to face communication*). Brooks dan Heath (1993) mengemukakannya sebagai : *interpersonal communication as, the process by which information, meanings and feelings are shared by persons through the exchange of verbal and nonverbal messages*'. Artinya adalah komunikasi interpersonal sebagai suatu proses yang melibatkan pertukaran informasi, makna dan perasaan yang dibagikan pada orang lain melalui pesan verbal dan nonverbal.

c. Komunikasi kelompok kecil

Komunikasi kelompok menurut Haris & Sherblom, (2008) adalah *a Small group is a collection of at least three and ordinarily fewer than 20 individuals who are interdependent, influence one another over some period of time, share a common goal or purpose, assume specialized roles, have a sense of mutual belonging, maintain norms and standards for group membership, and engage in interactive communication*. Sedangkan De Vito (1997) berpendapat komunikasi kelompok adalah sekumpulan orang yang relatif kecil yang masing-masing anggotanya dihubungkan oleh beberapa tujuan yang sama dan mempunyai derajat organisasi tertentu di antara mereka. Meskipun jumlah kelompok kecil tidak dibatasi secara pasti, biasanya berjumlah antara 5 sampai dengan 7 orang. Komunikasi kelompok kecil biasanya dilakukan untuk tujuan tertentu, misalnya persahabatan, atau keluarga. Komunikasi ini mempunyai ciri kohesif, sinergi,

- jaringan dan adanya aturan. Komunikasi kelompok selalu mencakup interaksi interpersonal, dan lebih kepada teori-teori interpersonal komunikasi yang penerapannya dalam tingkatan kelompok kecil.
- d. Komunikasi organisasi
Komunikasi organisasi berhubungan dengan komunikasi interpersonal dalam organisasi yang didalamnya terdapat hirarki.
 - e. Komunikasi publik
Komunikasi publik biasanya berupa komunikasi dari seseorang ke banyak orang, pesannya bersifat persuatif dengan memperhatikan beberapa hal, yaitu analisis khalayak, kredibilitas pembicara, dan proses penyampaian pesan yang bersifat membujuk.
 - f. Komunikasi massa
Komunikasi massa adalah dimana pesan dalam komunikasi ini disampaikan kepada orang banyak/masyarakat melalui media, baik cetak maupun elektronik.
 - g. Komunikasi antar budaya
Komunikasi antar budaya adalah komunikasi yang dilakukan oleh orang-orang yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda. Pandangan mengenai batasan komunikasi antarbudaya seperti yang dikemukakan oleh Glenn dan Stewart (1974) dalam Klopff (1987) bahwa *“intercultural communication is practiced wherever and whenever people belonging to different cultural groups come into contact”*. Hal ini berarti komunikasi antarbudaya adalah komunikasi yang terjadi dengan individu yang berbeda budaya dalam proses interaksi dan adaptasi

Komunikasi secara umum dibagi menjadi beberapa bagian yang disesuaikan dengan kebutuhan manusia dalam berinteraksi, yaitu :

- a. Komunikasi antar pribadi
- b. Komunikasi antar kelompok
- c. Komunikasi politik
- d. Komunikasi massa
- e. Komunikasi organisasi, dll

Littlejohn membagi teori-teori komunikasi menjadi dua kelompok berdasarkan metode penjelasan dan cakupan objek pengamatannya, antara lain :

- a. Teori-teori Umum (*general theories*) yang diklasifikasikan menjadi 4 bagian :

- 1) Teori Fungsional dan Struktural

Teori Fungsional dan Struktural memiliki ciri (meskipun istilah fungsional dan struktural barangkali tidak tepat) adanya kepercayaan atau pandangan tentang berfungsinya secara nyata struktur yang berada di luar diri pengamat. Menurut pandangan ini, seorang pengamat adalah bagian dari struktur, oleh karena itu cara pandangnya juga akan dipengaruhi oleh struktur yg berada di luar dirinya.

- 2) Teori-teori *Behavioral* dan *Cognitive*

Teori-teori ini gabungan dari dua tradisi yang berbeda. Asumsinya tentang hakikat dan cara menentukan pengetahuan juga sama dengan aliran strukturalis dan fungsional.

3) Teori-teori konvensional dan interaksional

Teori-teori konvensional dan interaksi berpandangan bahwa kehidupan sosial merupakan suatu proses interaksi yang membangun, memelihara serta mengubah kebiasaan-kebiasaan tertentu, termasuk dalam hal ini bahasa dan simbol-simbol. Komunikasi, menurut teori ini dianggap sebagai alat perekat masyarakat (*the glue of society*). Kelompok teori ini berkecenderungan dari aliran pendekatan "interaksionisme simbolis" (*symbolic interactionism*) sosiologi dan filsafat bahasa ordiner. Bagi kalangan pendukung teori-teori ini, pengetahuan dapat ditemukan melalui metode interpretasi.

4) Teori-teori Kritis dan Interpretif

Gagasan-gagasannya banyak berasal dari berbagai tradisi seperti sosiologi interpretif, pemikiran Max Weber, fenomenologi dan hermeneutics, Marxisme dan aliran "Frankfurt School", serta berbagai pendekatan tekstual seperti teori-teori retorika, *biblical*, dan kesusasteraan. Pendekatan kelompok teori ini terutama sekali populer di negara-negara Eropa.

b. Teori-teori Kontekstual (*contextual theories*) yang terdiri dari teori-teori tentang :

1) Komunikasi Intra pribadi (*intrapersonal communication*)

Komunikasi Intra pribadi adalah proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Yang menjadi pusat perhatian disini adalah bagaimana jalannya proses pengolahan informasi yang dialami seseorang melalui sistem syaraf dan inderanya.

2) Komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*)

Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi yang terjadi antar perorangan yang bersifat pribadi, baik secara langsung maupun tidak langsung

3) Komunikasi kelompok (*group communication*)

Komunikasi kelompok merupakan komunikasi yang fokus pembahasannya adalah interaksi diantara orang-orang dalam kelompok kecil

4) Komunikasi organisasi (*organizational communication*)

Komunikasi organisasi menunjuk pada pola dan bentuk komunikasi formal dan informal serta bentuk komunikasi pribadi dan kelompok yang terjadi dalam konteks dan jaringan organisasi

5) Komunikasi massa (*mass communication*)

Komunikasi massa yaitu komunikasi melalui media massa yang ditujukan kepada khalayak dengan melibatkan aspek-aspek komunikasi intra pribadi, komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi.

Dari beberapa teori komunikasi tersebut, dalam proses belajar mengajar yang sering digunakan adalah teori komunikasi antar pribadi dan kelompok. Seorang guru dapat melakukan komunikasi dengan siswa melalui komunikasi antar pribadi maupun kelompok. Hal tersebut dilakukan oleh guru dengan tujuan komunikasi yang terjalin dengan siswa diberbagai kesempatan dapat berjalan dengan baik dalam situasi dan kondisi yang ada.

6. Gaya Komunikasi

Gaya Komunikasi (*the communication style*) menurut Efendi dalam buku Uchjana (2001) adalah sekumpulan dari perilaku antar pribadi yang digunakan dalam suatu situasi tertentu. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari perilaku-perilaku komunikasi yang akan digunakan untuk mendapatkan respon/tanggapan tertentu dan dalam situasi tertentu dimana kesesuaian gaya komunikasi bergantung pada maksud dari pengirim dan harapan dari penerima. Sedangkan, menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Mos, gaya komunikasi ditandai dengan adanya kehendak dengan maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan dari orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi disebut komunikator satu arah (*one-way communication*).

Dari pengertian gaya komunikasi diatas dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi digunakan oleh komunikator dalam tujuannya menyampaikan pesan. Setiap komunikator dalam berkomunikasi memiliki gaya komunikasi dan ciri khas berbeda-beda yang dapat dilihat dari segi budaya, pendidikan, lingkungan, keluarga maupun pengalaman. Gaya komunikasi digunakan oleh komunikator dalam tujuannya untuk mendapatkan tanggapan komunikan.

BAB II

LATAR BELAKANG DAN SEJARAH KOMUNIKASI

A. STANDAR KOMPETENSI

Memahami materi Latar Belakang dan Sejarah Komunikasi

Kompetensi Dasar yang Diharapkan

1. Mampu menjelaskan Latar Belakang Komunikasi
2. Mampu mendeskripsikan Sejarah Komunikasi

B. MATERI PERKULIAHAN

1. Latar Belakang Komunikasi

Asal usul ilmu komunikasi itu sendiri sebenarnya tampil pada zaman Yunani kuno (SM) yang digagas oleh Aristoteles. Dalam gagasan tersebut ia menyebutkan bahwa di dalam komunikasi itu terdapat komunikator, pesan dan penerima (Harun, 2011). Kesimpulan dari gagasan itu ialah jika komunikator menentukan gagasan atau pesan, kemudian diarahkan pada khalayak pilihannya, melalui saluran atau media yang dimilikinya atau dikuasainya maka akan keluar hasil yang diinginkan.

Dalam perkembangan selanjutnya, gagasan itu terus dikembangkan kemudian melahirkan dua bentuk komunikasi yang masing-masing berkembang di benua yang berbeda. Pertama ilmu publisistik di Jerman. Kedua ilmu komunikasi massa di Amerika. Perpaduan dari kedua bentuk ini lah yang meneteskan ilmu komunikasi

yang kita kenal sekarang ini. Perpaduan ini tidak lepas dari upaya-upaya Stappers melalui karya Gabner (Arifin, 2006). Artinya, itu merupakan titik awal tampaknya ilmu komunikasi.

2. Sejarah Komunikasi

Sejarah komunikasi pada mulanya hanya merupakan upaya atau cara manusia menyampaikan ide, gagasan, kemauan, hasrat dan lain sebagainya, upaya tersebut hanya supaya manusia bisa saling berhubungan. Pada waktu itu, Komunikasi tidak dianggap sebagai sesuatu yang harus diberi perhatian, dikaji atau distrukturkan. Namun, pada abad ke-5 sebelum masehi, di Yunani berkembang suatu ilmu yang mengkaji proses pernyataan antar manusia yang diberi nama retorika yang berarti seni berpidato dan berargumentasi yang bersifat menggugah atau seni yang menggunakan bahasa secara lancar untuk memengaruhi dan mengajak. Retorika mendapat pembahasan khusus bahkan beberapa pemikir itu menempatkan retorika sebagai hal penting dalam masyarakat dan pemerintahan.

Pada perkembangan awal, batasan komunikasi yang dapat kita terapkan adalah percakapan atau penyampaian gagasan antar manusia secara lisan dan bertatap muka baik berupa pidato maupun diskusi, dengan tujuan mendidik, membangkitkan kepercayaan, dan menggerakkan perasaan orang lain. Komunikasi terus berkembang, tidak hanya menyampaikan gagasan melalui lisan. Pada zaman kekaisaran romawi, Julius Caesar membuat papan pengumuman yang dinamakan Acta Diurna. Penyampaian gagasan mengenai apa yang penting bagi masyarakat telah bertambah, dari sekadar lisan menjadi

bentuk tulisan. Hal ini terus berkembang setelah ditemukannya kertas, penemuan mesin cetak, dan terbitnya surat kabar pertama. Setelah surat kabar peradaban manusia juga berkembang dan ditemukanlah radio, film, televisi, dan sejumlah media lain.

Ada beberapa era yang dapat dijadikan dasar pijakan untuk melihat sejarah perkembangan komunikasi massa. Menurut Melvin DeFleur dan Sandra J. Ball Rokeach dalam bukunya *Theories of Mass Communication* (1989), ada lima revolusi komunikasi massa : (1) zaman penggunaan tanda dan isyarat sebagai alat komunikasi (*the age of signs and signals*); (2) zaman digunakannya percakapan dan bahasa sebagai alat komunikasi (*the age of speech and language*); (3) zaman digunakannya tulisan sebagai alat komunikasi (*the age of writing*); (4) zaman digunakannya media cetak sebagai alat komunikasi (*the age of print*); dan (5) zaman digunakannya media massa sebagai alat komunikasi (*the age of mass communication*).

a. Zaman Tanda dan Isyarat

Era ini merupakan yang paling awal dalam sejarah perkembangan manusia dan muncul jauh sebelum nenek moyang manusia dapat berjalan tegak. Dalam berkomunikasi, peran insting sangatlah penting. Itu semua terjadi karena kemampuan kapasitas otak manusia masih sangat terbatas.

Perkembangan otak mereka juga sangat lamban. Era ini berjalan dalam ribuan tahun sebelum digunakannya gerak isyarat, bunyi-bunyian, dan tanda jenis lain dalam proses komunikasi. Proses komunikasi yang dilakukan manusia di era awal perkembangannya hampir sama dengan apa yang dilakukan

binatang saat ini. Pada era ini peran indra pendengaran sangat penting dalam melakukan proses berkomunikasi. Misalnya, geraman, dengkur, dan jeritan yang semua itu sangat tergantung pada keadaan fisiknya. Perkembangan penting komunikasi dalam era ini adalah digunakannya bahasa tanda dan isyarat sebagai alat komunikasi.

Munculnya tanda dan isyarat sebagai alat komunikasi berasal dari penyempurnaan penggunaan suara (geraman, tangisan dan jeritan) sebagai alat komunikasi pada generasi sebelumnya. Komunikasi era ini memakai tanda dan sinyal tangan serta tidak tergantung pada kata-kata. Contoh tanda dan isyarat. Contoh tanda dan isyarat tersebut adalah ketika kita sedang menonton pertandingan sepak bola di TV. Seorang wasit ada kalanya memberikan sinyal dengannya tangannya untuk menunjuk agar dilakukan penalty, wasit menarik kausnya sendiri untuk menunjukkan bahwa ada pemain yang sengaja menarik kaos tim lawannya, dan seterusnya.

Gerak isyarat dan tanda dalam komunikasi dikenal dengan komunikasi nonverbal. Pilip Lieberman (1984) pernah mengatakan bahwa para ahli paleoantropologi menemukan bukti bahwa ukuran tengkorak, panjang lidah, dan jaringan yang lain pada diri manusia pada era ini menunjukkan pada kita letak pangkal tenggorokan dan kotak suara. Dengan kata lain, mereka tidak bisa berbicara karena tidak mempunyai kecukupan alat-alat untuk melakukan itu (seperti yang dimiliki manusia saat ini). Secara umum, orang-orang yang

tidak dapat berbicara mempunyai keterbatasan kemampuan untuk mengirimkan pesan dan menerima seperangkat arti.

Sistem tanda dengan menggunakan tangan dan jari seperti yang biasa digunakan oleh orang tuli ketika berbicara cukup sebagai pengganti bahasa percakapan. Sistem komunikasi yang dilakukan manusia era ini masih sangat sederhana dan lambat. Kesederhanaan cara berpikir mereka tetap memberi andil besar dalam proses pertukaran pesan kepada orang lain. Fenomena seperti itu menandakan bahwa mereka yang tidak dapat berbicara tidak akan mudah merekam dan mengingat semua jenis ide dalam proses komunikasi tatap muka.

b. Zaman Bahasa Lisan

Era ini berjalan kira-kira 300.000 tahun sampai 200.000 tahun Sebelum Masehi (SM). Kemampuan untuk berbicara berbahasa secara terbata-bata dalam kelompok masyarakat tertentu. Manusia era ini disebut dengan homosapiens. Kemampuan berbicara dalam system bahasa baru terjadi sekitar 900.000 tahun sampai 400.000 tahun SM. Sementara itu bahasa secara lengkap mulai digunakan kira-kira 35.000 SM.

Manusia jenis Cro Magnon menjadi ciri utama era ini. Manusi ajenis itu sudah mempunyai keahlian di dalam membuat peralatan yang berasal dari batu. Zaman batu merupakan salah satu perkembangan awal pengenalan bahasa yang ditulis. Pada awal sejarah perkembangan manusia dalam mengenal tulisan, mereka telah mengukir gambar binatang dan manusia pada tulang, batu, taring, dan bahan-bahan yang lain. Ratusan goa itu pernah

ditemukan di Spanyol dan Prancis bagian selatan. Orang-orang itu melukis banteng, rusa kutub dan binatang lain yang mereka buru. Yang lebih penting lagi adalah bahwa mereka telah pakaikan dari kulit binatang dan menemukan teknik pengerasan tanah liat dengan api.

Manusia jenis Cro Magnon mempunyai strungkur tengkorak, lidah dan kotak suara seperti yang kita miliki saat ini. Asal-usul percakapan dan bahasa baru muncul sekitar 35.000 tahun sampai 40.000 SM. Sebenarnya orang Neanderthal sebelumnya telah ada di tempat yang sama. Secara fisik, Neanderthal lebih tegap sehingga mereka seharusnya lebih mempunyai kemampuan untuk bertahan. Mereka lebih mudah diketahui rantai evolusinya dan mempunyai kesempurnaan lebih dibanding Cro Magnon.

Cro Magnon biasa berpindah-pindah sebagai salah satu usaha untuk mengawetkan makanan, menjaga kehangatan di musim dingin, dan secara umum mengatasi rintangan agar bisa hidup terus di dalam sebuah lingkungan yang keras. Sementara Cro Magnon berkembang pesat, Neanderthal masih tanda dan isyarat sebagai alat berkomunikasi. Kemudian dengan perubahan iklim yang begitu drastis sampai akhir zaman es, Neanderthal tidak mampu beradaptasi dengan kondisi baru itu, sementara Cro Magnon tetap mampu bertahan.

Cro Magnon berkembang secara baik sejalan dengan pergantian abad. Perubahan iklim dan lingkungan yang begitu cepat membuat mereka mengalami kesulitan hidup. Lambat laun, pada permulaan 10.000 tahun SM, mereka menemukan unsur yang bisa dijadikan sarana untuk bercocok tanam. Secara sederhana, inilah

awal munculnya pertanian. Pada 6500 SM mereka bisa menggarap pertanian dan bertempat tinggal secara tetap.

c. Zaman Tulisan

Era ini muncul sekitar 5000 tahun SM. Mereka tetap menggunakan bahasa lisan, tetapi tetap didukung pula oleh bahasa tulis. Era ini berlangsung lebih pendek dari era sebelumnya. Sejarah tulisan sendiri merupakan salah satu daripada proses pergantian dari gambaran piktografi ke system fonetis, dari penggunaan gambar ke penggunaan surat sederhana untuk menyatakan maksud yang lebih spesifik. Era ini juga dapat disebut proses awal usaha manusia dalam usahanya merekam informasi dengan melukiskan gagasannya. Manusia Cro Magnon menjasi titik awal manusia merekam informasi dengan menggambar kembali binatang dan adegan dalam memburu binatang pada batu. Itulah media pertama kali yang dikenal manusia.

Jangan heran mengapa era tulisan kemunculannya dimulai di wilayah Mesir dan Sumeria kuno. Salah satu alasannya di tempat inilah praktik pertanian dengan berbagai perhitungan yang memanfaatkan tulisan dimulai. Sebuah prasasti yang ditemukan menginformasikan bahwa sekitar tahun 4000 SM ditemukan kota kuno di Mesopotamia dan Mesir. Dari penemuan itu bisa dikemukakan bahwa sudah ada standardisasi makna pesan. Misalnya, secara sederhana gambaran matahari bisa berarti siang hari, membungkuk dengan tanda panah berarti berburu, dan garis yang berombak berarti danau atau sungai. Semua ini menjadi symbol awal dari sejarah kemunculan era tulisan.

Bangsa mesir menjadi penemu pertama pengembangan system *glyphs* atau karakter simbolis. *Glyphs* milik orang mesir ini dapat dijadikan alasan awal munculnya standardisasi makna. Orang Sumeria yang tinggal di utara teluk Persia, telah mampu mengembangkan bentuk tulisan lain. Karena sulit menggambar secara detail dalam tanah, mereka mulai memikirkan bentuk lain yang bisa mewakili ide-ide mereka. Mereka menggunakan pucuk tongkat yang diruncingkan ke dalam sebuah bentuk yang dipecah-pecah untuk membuat tanda di dalam tanah. Hasil dari bentuk yang terpecah-pecah itu sering disebut sebagai tulisan *cuneiform* (tulisan kuno berbentuk baji) saat ini.

Tulisan alphabet muncul kurang dari seratus tahun kemudian dan berkembang secara teratur. Orang-orang mesir awalnya sangat menyukai karakter simbolis tertentu. Akan tetapi lambat laun mereka menggunakan konsonan saja. Meskipun sulit dimengerti, tetapi menjadi perkembangan tersendiri dan berarti bagi proses pengenalan huruf. Satu kejadian yang tidak boleh ditinggalkan adalah peristiwa di Yunani. Bangsa ini telah secara efektif dan sederhana mempunyai system standardisasi huruf. Sekitar 500 tahun SM mereka telah secara luas menggunakan alphabet.

Sekitar 2500 tahun (sebelum munculnya ajaran Kristen), orang mesir menemukan metode pembuatan jenis kertas yang dapat tahan lama dari *papyrus*. Lebih mudah menulis di *papyrus* dengan kuas dan tinta daripada memahat di atas batu. *Papyrus* ditemukan di muara sungai Nil.

Hal yang paling penting dalam era ini adalah perubahan dari menulis di batu ke media *portable* dan industry ringan. Orang-orang Mesir di sekitar tahun 2000 SM menggunakan *papyrus* untuk mengirimkan pesan tertulis dan merekam berbagai macam informasi. Fenomena ini menjadi tahapan yang penting dalam proses menuju zaman digunakannya mesin cetak sebagai alat komunikasi.

d. Zaman Cetak

Proses pembuatan cetakan dengan memakai sebuah tanda pada tanah liat merupakan yang tertua dalam proses cetak-mencetak. Kemudian proses itu dilanjutkan dengan mencetak di dalam balok kayu lunak, kemudian menggunakan tinta atau mencetak ke dalam kertas. Orang-orang cina telah melakukan proses mencetak pada tahun 800 Masehi. Satu penemuan pening yang dilakukan orang Cina adalah mereka telah berhasil mencetak buku pertama yang berjudul *Diamond Sutra*.

Di Cina dan Jepang teknik percetakan dimulai dari abad ke-8, yang biasa dikenal sebagai “percetakan balok”, yaitu balok kayu yang berukir yang bisa digunakan untuk mencetak satu halaman tunggal dari suatu teks khusus. Pada permulaan abad ke-15 orang Korea telah menciptakan suatu bentuk yang dapat digerakkan dengan apa yang telah digambarkan oleh ilmuwan Prancis, Henri Jean Martin.

Johan Gutenberg, seorang tukang emas dari Jerman, dialah yang awal mulanya memperkenalkan cara unik mencetak. Dia melakukan proyek pertama kali dengan mencetak Injil dan ternyata percobannya sungguh luar biasa.

Pada tahun 1500 saja percetakan telah didirikan di lebih 250 tempat di Eropa. Percetakan itu telah mencapai Basel tahun 1466, Roma tahun 1467, Paris dan Pilsen tahun 1468, Venesia tahun 1469, Leuven, Valencia, Krakow dan Buda tahun 1473, Wetminster tahun 1476 dan Praha tahun 1477.

Ide dasar pengembangan surat kabar lebih awal di benua Eropa, Inggris, dan “Dunia Baru” (Negara taklukan atau yang ditemukan masyarakat Eropa). Di Amerika sendiri baru tahun 1830-an ada surat kabar di New York yang boleh dibilang sukses. Melvin D.Fleur dan Sandra J.Ball Rokeach (1989) mengatakan ada dua hal penting yang penting dicermati dalam era ini. Pertama, media surat kabar dan juga media cetak lainnya bisa muncul setelah seperangkat kompleksitas lemen budaya muncul dan terus berkembang di masyarakat. Kedua, seperti hamper terjadi pada semua penemuan sebelumnya, penemuan mesin cetak merupakan gabungan antar elemen dalam masyarakat. Pada akhir abad ke-19 menjadi jelas munculnya beberapa bentuk media cetak seperti surat kabar, buku, majalah yang digunakan secara luas oleh masyarakat. Ahli sosiologi Amerika, Charles Horton Cooley menyatakan ada beberapa factor yang membuat media baru jauh lebih efisien daripada proses-proses komunikasi pada masyarakat sebelumnya. Media baru tersebut lebih efektif sebagaimana yang dia katakana sebagai ;

- 1) *expressiveness* (membawa perluasan gagasan dan perasaan);
- 2) *permanent of record* (mengatasi waktu);
- 3) *swiftness* (mengatasi ruang);
- 4) *diffusion* (jalan masuk ke kelas-kelas yang ada dalam masyarakat).

e. Zaman Komunikasi Masa

Dengan kemunculan media cetak, langkah aktivitas komunikasi mulai menanjak cepat. Pada permulaan abad ke-20, masyarakat Barat melakukan percobaan untuk mengembangkan teknik komunikasi yang paling luas. Pada tahun 1920-an dengan pengembangan radio rumah tangga dan pada tahun 1940-an dengan dimulainya TV. Pada awal tahun 1950-an radio telah mengalami titik jenuh pada keluarga Amerika. Pada akhir tahun 1960-an TV juga mengalami titik jenuh.

Abad komunikasi massa dipaksa berkembang lebih cepat lagi dengan munculnya internet sebagai bagian dari media massa. Internet kemudian diintegrasikan dengan media massa lain seperti TV, radio, dan media cetak, bahkan media massa selain internet itu pada akhirnya membutuhkan internet sebagai alat penyebaran informasi. Sketsa singkat peralihan utama di dalam kemampuan orang-orang untuk berkomunikasi menunjukkan dua factor. Pertama, “revolusi” komunikasi sedang terjadi sepanjang keberadaan manusia. Kedua, pertumbuhan media massa telah terjadi dengan sangat luar biasa akhir-akhir ini.

Orang tidak perlu bersusah payah mengirim surat dengan memakai jas pos, tetapi surat elektronik (e-mail) dengan perantaraan internet akan cepat sampai di alamat tujuan. Seseorang juga bisa berkomunikasi melalui chatting dengan teman atau keluarganya yang jauh diluar pulau atau benua. Inilah abad komunikasi massa. Semua dipercepat, dipermudah, disederhanakan, tetapi dampak negative yang ditimbulkan juga akan lebih nyata dan besar. Semakin cerdas manusia, semakin kompleks dan rumit komunikasi yang dilakukan.

BAB III

TINJAUAN DASAR DAN PEMETAAN TEORI KOMUNIKASI

A. STANDAR KOMPETENSI

Memahami materi Tinjauan Dasar dan Pemetaan Teori Komunikasi

Kompetensi Dasar yang Diharapkan

1. Mampu menjelaskan Tinjauan Dasar Komunikasi
2. Mampu mendeskripsikan Pemetaan Teori Komunikasi

B. MATERI PERKULIAHAN

1. Memahami Pendekatan Objectif dan Subjektif

a. Pendekatan Objektif (*Glenn*)

Para ilmuwan sosial awal mulanya ingin menjelaskan dan memprediksi tentang perilaku manusia. Dalam hal ini, mereka mengamati apa yang dilakukan oleh sejumlah orang, kemudian mengidentifikasi dan membangun pemikiran dengan menciptakan suatu teori yang berkaitan dengan pengamatan yang dilakukan tersebut. Glenn menggunakan pendekatan objektif untuk melihat dan menguji fenomena sosial yang terjadi dengan tujuan untuk mengetahui suatu teori apakah sesuai dengan hasil kajian yang diteliti ataukah tidak.

Tony Schwartz menyebut hal tersebut dengan *resonance principle of communication*. Menurut teori Schwartz dorongan perilaku tertentu bukan disebabkan oleh pesan persuasif, akan

tetapi ditentukan oleh pengalaman dalam tindakan yang didasarkan pada ingatan yang dimiliki seseorang. Schwartz juga berpendapat bahwa pesan dapat bersifat persuasif jika dihubungkan dengan pengalaman dimasa lalu. Dalam sebuah iklan televisi yang diproduksi berdasarkan pengalaman masa lalu akan lebih menarik pemirsa. Dengan kata lain, seseorang akan lebih tertarik dengan isi pesan yang dapat menggambarkan pemikiran dan perasaannya.

Muhadjir (2000) menjelaskan tujuan dari pendekatan objektif adalah untuk memperoleh teori atau hukum hubungan sebab akibat yang umum sehingga memungkinkan peneliti untuk melakukan prediksi dan pengendalian seperti yang telah dilakukan dalam penelitian ilmu alam, penelitian kualitatif berupaya untuk membangun pemahaman dan penjelasan tentang perilaku manusia sebagai makhluk sosial.

b. Pendekatan Subjektif (*Marty*)

Selain pendekatan objektif yang dikemukakan Glenn, contoh lain dari pendekatan penelitian dalam komunikasi adalah penelitian Interpretif Marty. Glenn yang seorang ilmuwan sosial mempertahankan pendekatan objektifnya, sementara Marty merupakan seorang retorikal kritis yang melakukan interpretif. Dari awal dilakukannya penelitian, metode dan kesimpulan yang digunakan oleh keduanya tidaklah sama.

Lincoln dan Guba (1982) berpendapat tentang pendekatan interpretif memiliki tujuan untuk membangun ideografik dari body of knowledge, sehingga pendekatan ini dilakukan tidak untuk menemukan hukum-hukum dan tidak untuk membuat generalisasi,

tetapi untuk menjelaskan lebih mendalam tentang obyek yang diteliti tersebut. Penganut penelitian interpretif mencari kebenaran dengan sebaik mungkin dengan menyimpan kesimpulan yang mereka miliki sebagai sesuatu yang bersifat sementara waktu untuk menggambarkan realitas objektif. Fakta yang mereka percaya adalah bahwa kebenaran lebih banyak subjektif daripada objektif. Anderson dalam catatannya mengatakan bahwa kebenaran merupakan sebuah perjuangan, bukan status.

Bagi ilmuwan dan interpretif, ada perbedaan nyata dari nilai utama yang digunakan pada label objektif dan emansipasi. Stan Deetz seorang Profesor dari Universitas Colorado menggaris bawahi isu perbedaan tersebut. Stan Deetz menjelaskan bahwa efektivitas dan partisipasi dalam setiap teori komunikasi umum merupakan prioritas utama. Dengan penjabaran, efektif lebih berfokus pada keberhasilan dalam menyampaikan informasi, ide, makna dan persuasi. Sedangkan, partisipasi merupakan seluruh poin diarahkan pada keputusan bersama dan setiap individu dapat mengemukakan ide baru. Hal ini memungkinkan terjadinya oposisi, kebebasan, maupun perbedaan. Jadi kesimpulannya, Teori Objektif lebih berfokus pada efektif dan kurang memperhatikan partisipasi. Sedangkan Teori Interpretif berfokus pada partisipasi dan kurang memperhatikan efektif.

2. Pemahaman Dasar Teori Komunikasi

Pengertian dari Teori adalah serangkaian sistem berisi konsep yang saling berhubungan satu sama lain yang dibangun dengan tujuan untuk menjelaskan suatu fenomena yang ada. Menurut Jonathan H.

Tunner teori adalah proses dalam membangun gagasan dengan diikuti penjelasan mengapa dan bagaimana hal tersebut dapat terjadi. Williagh Dohetty mendukung pendapat Tunner dengan menambahkan bahwa teori adalah proses terstruktur tentang formulasi dan gagasan yang terorganisir untuk dapat memahami suatu fenomena.

Dalam teori komunikasi, nilai profesional merupakan suatu cerminan komitmen yang telah dibuat oleh seseorang yang berhubungan dengan pengetahuan dan sifat alami manusia. Dapat diibaratkan, nilai sebagai lampu lalu lintas dalam hidup seseorang yang dijadikan pedoman dari apa yang dipikirkan, dirasa dan dilakukan seseorang. Glenn sebagai ilmuwan perilaku manusia memiliki moral kuat, religi yang teguh berjuang untuk dapat mempertahankan objektivitas. Glenn tidak ingin nilai pribadinya mempengaruhi kenyataan yang ada karena apa yang dipikirkan maka itulah yang akan dia lakukan. Pada saat para ahli teori tidak mampu menunjukkan bukti empirik terhadap apa yang diklaimnya, hal tersebut menyebabkan Glenn mengalami frustrasi.

Disisi lain, Marty meyakini pemikirannya bahwa seorang kritikus interpretif memiliki nilai sosial yang berkaitan dengan penelitian yang dimaksudkan untuk membebaskan seseorang dari tekanan dalam kehidupannya seperti ekonomi, politik, agama, emosi dan lainnya. Marty lebih tertarik mengkaji pendekatan interpretif karena membebaskan peneliti dari tawanan teori. Penganut interpretif ini melihat gejala sosial budaya dengan apa adanya, termasuk gejala dalam komunikasi. Glenn dan Marty memiliki pendapat yang sama untuk sifat alami dari pengetahuan, otonomi manusia dan nilai

berharga. Glenn mengemukakan suatu teori dan mengkajinya untuk melihat hal tersebut berlaku bagi setiap orang. Selanjutnya, Glenn membuat simpulan umum dari teori yang dikajinya untuk pembuktian. Marty menggunakan teori untuk menciptakan keunikan dari komunikasi dengan tidak mencoba untuk membuktikan sebuah teori, tetapi hasil kajiannya tersebut menciptakan teori-teori baru berdasarkan fenomena komunikasi yang terjadi.

3. Fungsi-fungsi Teori Komunikasi

Beberapa fungsi teori yang dikemukakan oleh Infante, Rancer dan Womack, antara lain :

Fungsi teori pertama : teori dapat mengorganisasi pengalaman-pengalaman yang sangat luas menjadi beberapa proposisi yang relatif lebih sedikit. Teori dapat memudahkan kita untuk berfokus pada aspek-aspek tertentu dari suatu fenomena dan memusatkan perhatian pada beberapa sifat dari lingkungan yang ingin kita kaji. Namun, hal itu dapat menyebabkan terlewatkannya beberapa variabel penting dari fenomena yang terjadi, dengan kata lain bahwa teori dapat memberikan fokus perhatian pada yang kita kaji dan melepaskan lainnya.

Infante dan koleganya mendeskripsikan teori sebagai sebuah peta yang merupakan suatu lingkup sosial dimana tidak ada satu petapun yang dapat menggambarkan suatu wilayah yang coba untuk digambarkan. Misalnya, sebuah peta yang digunakan seorang turis akan memiliki gambaran dengan fitur-fitur yang berbeda dengan peta yang digunakan oleh ahli geologi.

Dari uraian diatas dapat ditarik tiga kesimpulan tentang fungsi dan kegunaan teori, diantaranya :

1. teori bersifat reduksionistik, menyederhanakan fenomena yang luas dan kompleks menjadi beberapa bagian yang lebih kecil. Hal ini menjadikan teori memiliki titik lemah, karena teori hanyalah sebagian gambaran dari fenomena yang ibarat sebuah peta hanya menampilkan sebagian gambaran dari seluruh wilayahnya.
2. teori dapat dinilai dengan cara berguna atau tidaknya teori tersebut, sesuai dengan kebutuhan pengguna teori, bukan dinilai dari kriteria benar atau salah.
3. teori bukanlah gambaran yang seratus persen akurat dalam penggambarannya terhadap suatu fenomena, tetapi hanyalah representasi simbolik dari realitas yang ingin dijelaskan.

Jadi kesimpulan dari uraian diatas, teori adalah konstruksi simbolis yang memfokuskan perhatian kita pada suatu hal dan melepaskan hal lainnya. Penggambarannya tergantung pada pemikiran peneliti yang berbeda-beda dari sudut pandang dan cara pemecahan suatu fenomena.

Fungsi teori kedua : memperluas pengetahuan. Biasanya teori muncul berdasarkan adanya observasi, tetapi teori juga dapat diperoleh diluar observasi melalui pandangan-pandangan baru dalam perilaku tertentu. Hubungan-hubungan antar proposisi dalam teori dapat menunjukkan peristiwa atau kejadian yang sebenarnya dapat diamati sebelumnya, tetapi belum ditemukan kebenarannya.

Fungsi teori ketiga : mendorong munculnya penelitian dan menuntun penelitian-penelitian dimasa mendatang yang disebut dengan heurisme. Fungsi teori heuristik mendorong munculnya penelitian yang bermanfaat karena hasil dari penelitian dapat digunakan untuk mendukung teori dan menunjukkan apakah teori ini harus ditolak atau diperbaharui.

Fungsi teori keempat : sebagai fungsi kontrol untuk mengantisipasi peristiwa atau kejadian yang belum terjadi. Teori sebagai fungsi kontrol disusun sesuai bagian-bagian yang memiliki hubungan satu sama lainnya. Hubungan ini terbentuk dengan harapan kita mampu mengantisipasi hal-hal yang mungkin belum pernah terjadi sebelumnya. Misalnya, penerapan teori *expectancy violation* yang dijadikan teori acuan untuk mengantisipasi kemungkinan pelanggaran harapan.

Uraian tersebut menunjukkan empat fungsi utama dari teori, yaitu mengorganisasikan pengalaman, memperluas pengetahuan, mendorong munculnya penelitian dimasa mendatang, dan mengantisipasi fenomena yang belum terjadi sebelumnya.

Komunikasi pada hakikatnya berkaitan dengan seluruh kehidupan sosial manusia untuk dapat memahami interaksi yang terjadi antar manusia. Teori-teori komunikasi menunjukkan gambaran pentingnya proses komunikasi, sehingga pemahaman teori dapat digunakan sebagai representasi konseptual atau penjelasan dalam suatu fenomena. Berdasarkan teori-teori ini dapat ditarik dua kesimpulan :

Pertama, teori merupakan abstraksi bukan proses mengkonseptualisasikan diri sebagai suatu hasil, setiap teori

parsial, setiap teori meninggalkan sesuatu. Kebenaran yang tidak dapat disangkal lagi ini penting karena ia menampilkan ketidakcukupan yang mendasar dari setiap teori.

Kedua, teori dipandang sebagai susunan-susunan yang dibuat oleh seseorang, bukan ditakdirkan Tuhan. Teori-teori membuat pengamat melihat fenomena yang terjadi dilingkungannya, tetapi teori-teori sendiri tidak memberikan gambaran menyeluruh tentang kenyataan yang ada.

Aspek mendasar dari adanya suatu teori adalah konsep. Manusia merupakan makhluk sosial yang secara alami dapat mengolah konsep-konsep menjadi suatu teori. Thomas Kuhn mengatakan “Tak ada Ilmuan atau orang awam belajar melihat dunia satu demi satu atau bagian demi bagian keduanya ilmuan dan orang awam memisahkan seluruh area bersama dari perubahan pengalaman terus menerus”.

Menurut Littlejohn, fungsi teori ada 9, yaitu:

1. Mengorganisasikan dan menyimpulkan pengetahuan tentang suatu hal. Ini berarti bahwa dalam hal mengamati realitas kita tidak boleh melakukannya secara sepotong-sepotong
2. Memfokuskan, artinya hal - hal atau aspek - aspek dari suatu objek yg diamati harus jelas fokusnya
3. Menjelaskan, maksudnya adalah bahwa teori harus mampu membuat suatu penjelasan tentang hal yg diamatinya
4. Pengamatan, menunjukkan bahwa teori tidak saja menjelaskan tentang apa yang sebaiknya diamati, tetapi juga memberikan petunjuk bagaimana cara mengamatinya

5. Membuat prediksi, meskipun kejadian yang diamati berlaku pada masa lalu, namun berdasarkan data dan hasil pengamatan ini harus dibuat suatu perkiraan tentang kadaan yang akan terjadi apabila hal-hal yang digambarkan oleh teori juga tercerminkan dalam kehidupan di masa sekarang
6. Fungsi *heuristic* atau *heurisme*. Aksioma umum menyebutkan bahwa teori yang baik adalah teori yang mampu merangsang penelitian. Ini berarti bahwa teori yang diciptakan dapat merangsang timbulnya upaya-upaya penelitian selanjutnya
7. Komunikasi, menunjukkan bahwa teori seharusnya tidak menjadi monopoli si penciptanya. Teori harus dipublikasikan, didiskusikan, dan terbuka terhadap kritikan-kritikan
8. Fungsi kontrol, bersifat normatif. Hal ini dikarenakan bahwa asumsi-asumsi teori dapat kemudian berkembang menjadi norma-norma atau nilai-nilai yang dipegang dalam kehidupan sehari – hari
9. Fungsi Generatif, fungsi ini sangat menonjol di kalangan pendukung tradisi/aliran pendekatan interperatif dan teori kritis.

Berikut ini adalah ringkasan dari teori komunikasi berdasarkan pembahasan diatas mengenai manfaat teori komunikasi, sebagai berikut :

- a. Teori komunikasi sebagai pedoman dan penuntun
Digunakan dalam mengambil keputusan dan tindakan. Hal ini dapat dilihat dari teori yang berubah dari waktu ke waktu ketika sesuatu terjadi dan memerlukan pandangan baru. Teori komunikasi ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam proses pengambilan

- keputusan, baik secara personal, kelompok, maupun dalam skala yang lebih besar.
- b. Teori komunikasi lebih kompeten dan adaptif
Dengan mempelajari subjek kajiannya, kita dapat memahami sesuatu yang dapat mengarahkan dan beradaptasi terhadap lingkungan yang lebih luas. Teori komunikasi ini membantu berpikir lebih adaptif dalam mencari alternatif terbaik dari fenomena yang dianalisis.
 - c. Teori komunikasi menginterpretasikan peristiwa lebih fleksibel
Pada dasarnya setiap orang ingin mengartikan pengalaman pribadinya baik secara jelas maupun samar-samar. Dengan mengembangkan pemahaman tentang teori komunikasi interpretasi, maka pengalaman pribadi tersebut akan lebih fleksibel untuk diselesaikan dengan mengarah pada teori-teori yang sesuai dengan kajian masalah yang dialami
 - d. Teori komunikasi berfungsi menemukan hal-hal baru yang lebih bermanfaat
Dengan memahami teori-teori komunikasi kita dapat mengetahui hal-hal yang tidak pernah kita lihat sebelumnya. Misalnya, seorang observer adalah bukan orang yang mengamati dan melaporkan apa yang semua observer lainnya amati dan laporkan, tetapi mengamati objek lain yang tidak diamati oleh observer lain. Hal tersebut dapat menciptakan persepsi seseorang akan suatu hal menjadi lebih luas, berpikir adaptif, dan dapat bermanfaat untuk orang tersebut.

- e. Teori komunikasi memahami fenomena lebih secara teoritis dan praktikal

Dengan mempelajari dan menganalisis tentang teori-teori komunikasi pemahaman terhadap fenomena akan lebih mudah dipahami, antara lain :

- 1) secara teoritis, dengan memahami konsep-konsep teori komunikasi akan membantu dalam memahami fenomena yang sedang terjadi dilingkungan sekitar.
- 2) secara praktikal, dengan memahami konsep-konsep teori komunikasi dalam kehidupan sosial, sebagai contoh dalam menanggapi sajian-sajian media komunikasi massa khususnya televisi, seseorang akan lebih dapat memilah-milah tontonan yang layak atau tidak layak untuk ditonton.

- f. Teori komunikasi membuat hidup lebih arif dan bijaksana

Menurut Fritz Heider (1958) dalam bukunya *The Psychology Interpersonal Relations* menjelaskan bahwa, jika kamu melihat perilaku orang lain, maka kamu juga harus melihat apa penyebab dari tindakannya tersebut. Secara sederhana, teori ini memberikan pengertian bahwa tindakan yang dilakukan oleh seseorang, dibalik itu pasti menyimpan suatu alasan mengapa seseorang mengambil tindakan tersebut. Sebagai contoh dalam interaksi sehari-hari dengan teman atau kerabat, terkadang apa yang mereka lakukan menurut saya tidak sesuai dengan gambaran hidup yang ada dalam pikiran saya. Namun, dengan mempelajari teori-teori komunikasi saya lebih bisa memahami karakter yang ditunjukkan oleh seseorang baik dari sikap maupun perilaku mereka yang unik dan

berbeda-beda. Intinya, dengan memahami teori komunikasi dapat membuat hidup menjadi lebih arif dan bijaksana dalam berfikir maupun bertindak, serta hidup lebih bahagia karena senantiasa berpikir positif terhadap individu, kelompok, dan lingkungan sekitar.

4. Metode Penelitian : Kuantitatif atau Kualitatif

Para ilmuwan menguji teori dengan cara eksperimen dan riset survey menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan, metode kualitatif digunakan sebagai alat bagi para interpretif untuk memukan makna melalui analisis teks dan etnografi.

1. Eksperimen

Eksperimen yang dilakukan adalah dengan mencoba mencari hubungan dan efek secara terstruktur dari satu faktor yang dapat mengontrol faktor lainnya karena adanya asumsi bahwa perilaku seseorang tidak dapat dibuat acak.

2. Survey

Survey yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner atau wawancara yang akan dapat memberikan data yang mencakup siapa saja orangnya, apa yang mereka pikirkan, bagaimana perasaan mereka dan mengapa cenderung dilakukan.

3. Analisis Teks

Analisis teks bertujuan untuk menafsirkan dan menggambarkan karakteristik dari pesan yang dapat berupa verbal maupun non verbal, bukan hanya materi-materi tertulis.

4. Etnografi

Etnografi menurut Clifford Geertz merupakan pendekatan interpretif dalam mencari makna, bukan eksperimen ilmu yang digunakan untuk mencari hukum. Dalam hal ini, Geertz mencoba memasukkan pemikirannya ke dalam lingkup sosial dari suatu realitas dengan tujuan teorinya dapat berarti bagi orang-orang dalam budayanya dengan makna yang sesuai untuk dapat melihat sesuatu hal dari sudut pandang mereka.

BAB IV

KOMPONEN, FUNGSI, SIFAT DAN TUJUAN KOMUNIKASI

A. STANDAR KOMPETENSI

Memahami materi Komponen, Fungsi, Sifat dan Tujuan Komunikasi

Kompetensi Dasar yang Diharapkan

1. Mampu menjelaskan Komponen Komunikasi
2. Mampu mendeskripsikan Fungsi Komunikasi
3. Mampu menjelaskan Sifat Komunikasi
4. Mampu mendeskripsikan Tujuan Komunikasi

B. MATERI PERKULIAHAN

1. Komponen Dasar Komunikasi

Yang dimaksud dengan proses komunikasi adalah kombinasi dari berbagai tahap-tahap komunikasi yang masing-masing berpotensi menemui hambatan-hambatan komunikasi dalam rangka mencapai komunikasi yang efektif. Jalannya proses komunikasi beserta komponen-komponen komunikasi pendukungnya telah coba digambarkan oleh para ahli melalui model-model komunikasi. Yang dimaksud dengan model komunikasi adalah grafis yang dirancang untuk menjelaskan cara kerja dari berbagai variabel yang ada. Beberapa model komunikasi yang telah kita kenal adalah model komunikasi Aristoteles, model komunikasi Lasswell, model komunikasi Berlo, model komunikasi Shannon dan Weaver, model komunikasi Barlund, dan model komunikasi Schramm.

Proses komunikasi selalu melibatkan beberapa komponen dan tahapan, yaitu *source, message, encoding, channel, decoding, receiver, feedback, context, noise, dan effect*.

a. Komunikator/Sumber/Pengirim Pesan (*Communicator/Source/Sender*)

Dalam proses komunikasi, yang menjadi sumber komunikasi adalah *sender* atau pengirim pesan. Komunikator adalah seseorang yang mengirimkan pesan. Terdapat beberapa faktor dalam diri komunikator yang menentukan efektivitas komunikasi yaitu sikap komunikator dan pemilihan berbagai simbol yang penuh makna. Yang dimaksud dengan sikap komunikator adalah bahwa komunikator harus memiliki sikap yang positif. Sementara itu, yang dimaksud dengan pemilihan berbagai simbol yang penuh makna yang dilakukan oleh komunikator adalah bahwa pemilihan simbol-simbol yang tepat bergantung pada siapa yang menjadi khalayak sasaran dan bagaimana situasi lingkungan komunikasi.

Dengan demikian, untuk menjadi komunikator yang baik, terdapat beberapa hal yang harus kita pertimbangkan, diantaranya adalah :

- kita harus mengenali siapa yang menjadi komunikate/penerima pesan/khalayak sasaran.
- pesan yang akan kita kirimkan kepada komunikate/penerima pesan/khalayak sasaran harus jelas.
- kita juga harus memahami mengapa kita mengirimkan pesan kepada komunikate/penerima pesan/khalayak sasaran.
- hasil apakah yang kita harapkan.

Jika sebagai komunikator kita tidak mempertimbangkan hal-hal di atas, maka proses komunikasi akan menemui kegagalan.

b. Pesan (*Message*)

Yang dimaksud dengan pesan adalah informasi yang akan kita kirimkan kepada komunikate/penerima pesan/khalayak sasaran. Pesan yang kita kirimkan dapat berupa pesan-pesan verbal maupun pesan nonverbal. Agar pesan menjadi efektif, maka komunikator harus memahami sifat dan profil komunikate/penerima pesan/khalayak sasaran, kebutuhan khalayak sasaran, serta harapan dan kemungkinan respon yang diberikan oleh komunikate/penerima pesan/khalayak sasaran terhadap pesan yang dikirimkan.

Hal ini sangat penting baik dalam komunikasi tatap muka maupun komunikasi bermedia. Tanpa adanya pesan, maka kita tidak memiliki alasan untuk melakukan komunikasi. Jika kita tidak dapat mengemas informasi dengan baik, maka kita belum siap untuk memulai proses komunikasi.

c. *Encoding*

Encoding adalah proses mengambil pesan dan mengirim pesan ke dalam sebuah bentuk yang dapat dibagi dengan pihak lain. Informasi yang akan disampaikan harus dapat di-*encode* atau dipersiapkan dengan baik. Sebuah pesan harus dapat dikirimkan dalam bentuk dimana komunikate/penerima pesan/khalayak sasaran mampu melakukan *decode* atau pesan tidak akan dapat dikirimkan.

Untuk dapat melakukan *encode* sebuah pesan, maka kita sebagai komunikator harus memikirkan apa yang komunikate/penerima pesan/khalayak sasaran butuhkan agar dapat memahami atau melakukan *decode* sebuah pesan. Kita harus menggunakan bahasa yang dapat dengan mudah dimengerti dan konteks yang dikenal baik

oleh komunikate/penerima pesan/khalayak sasaran. Orang yang melakukan *encode* disebut dengan *encoder*.

d. Media atau Saluran Komunikasi (*Channel*)

Media atau saluran komunikasi adalah media atau berbagai media yang kita gunakan untuk mengirimkan pesan. Jenis pesan yang kita miliki dapat membantu kita untuk menentukan media atau saluran komunikasi yang akan kita gunakan. Yang termasuk ke dalam media atau saluran komunikasi adalah kata-kata yang diucapkan, kata-kata yang tercetak, media elektronik, atau petunjuk nonverbal. Dalam komunikasi modern, yang dimaksud media atau saluran komunikasi sebagian besar merujuk pada media komunikasi massa seperti radio, televisi, dan lain-lain serta internet sebagai media komunikasi. Pemilihan media atau saluran komunikasi yang tepat dapat menentukan sukses tidaknya komunikasi yang kita lakukan.

e. *Decoding*

Decoding terjadi ketika komunikate/penerima pesan/khalayak sasaran menerima pesan yang telah dikirimkan. Dibutuhkan keterampilan komunikasi untuk melakukan *decode* sebuah pesan dengan baik, kemampuan membaca secara menyeluruh, mendengarkan secara aktif, atau menanyakan atau mengkonfirmasi ketika dibutuhkan.

Jika sebagai komunikator kita menemui orang yang mengalami kesulitan atau kelemahan dalam keterampilan komunikasi, maka kita perlu untuk mengirim ulang pesan dengan cara berbeda. Atau, kita dapat membantu komunikate/penerima pesan/khalayak sasaran untuk memahami pesan dengan cara memberikan informasi

tambahan yang bersifat menjelaskan atau mengklarifikasi. Orang yang menerima pesan disebut dengan *decoder*.

f. Komunikate/Penerima pesan (*Communicatee/Receiver*)

Komunikasi tidak akan terjadi tanpa kehadiran komunikate/penerima pesan. Ketika komunikate/penerima pesan menerima sebuah pesan, maka ia akan menafsirkan pesan, dan memberikan makna terhadap pesan yang diterima. Komunikasi dapat dikatakan berhasil manakala komunikate/penerima pesan/menerima pesan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh komunikator.

g. Umpan Balik (*Feedback*)

Apapun media atau saluran komunikasi yang digunakan untuk mengirimkan pesan, kita dapat menggunakan umpan balik untuk membantu kita menentukan sukses tidaknya komunikasi yang kita lakukan. Jika kita berada dalam komunikasi tatap muka dengan komunikate/penerima pesan, maka kita dapat membaca bahasa tubuh dan memberikan pertanyaan untuk memastikan pemahaman. Jika kita berkomunikasi secara tertulis maka kita dapat mengetahui sukses tidaknya komunikasi melalui respon atau tanggapan yang kita peroleh dari komunikate/penerima pesan.

Dalam beberapa kasus, umpan balik memiliki peran yang tak ternilai dalam membantu kita sebagai komunikator untuk memperbaiki keterampilan komunikasi. Kita dapat belajar apa yang berjalan dengan baik dan apa yang tidak sehingga kita dapat berlaku secara efisien ketika kita melakukan komunikasi di lain waktu.

h. Konteks (*Context*)

Yang dimaksud dengan konteks dalam proses komunikasi adalah situasi dimana kita melakukan komunikasi. Konteks dapat berupa lingkungan dimana kita berada dan dimana komunikate/penerima pesan berada, budaya organisasi, dan berbagai unsur atau elemen seperti hubungan antara komunikator dan komunikate. Komunikasi yang kita lakukan dengan rekan kerja bisa jadi tidak sama jika dibandingkan dengan ketika kita berkomunikasi dengan atasan kita. Sebuah konteks dapat membantu menentukan gaya kita berkomunikasi.

i. Gangguan (*Noise*)

Dalam proses komunikasi, gangguan atau interferensi dalam proses *encode* atau *decode* dapat mengurangi kejelasan komunikasi. Gangguan dalam proses komunikasi dapat berupa gangguan fisik seperti suara yang sangat keras, atau perilaku yang tidak biasa. Gangguan dalam proses komunikasi juga dapat berupa gangguan mental, gangguan psikologis, atau gangguan semantik. Dalam proses komunikasi, gangguan dapat berupa segala sesuatu yang dapat mengganggu dalam proses penerimaan, penafsiran, atau penyediaan umpan balik tentang sebuah pesan.

j. Efek (*Effect*)

Yang dimaksud dengan efek dalam proses komunikasi adalah pengaruh atau dampak yang ditimbulkan komunikasi yang dapat berupa sikap atau tingkah laku komunikate/penerima pesan. Komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila sikap serta tingkah laku komunikate/penerima pesan sesuai dengan apa yang diinginkan

oleh komunikator. Namun, apabila efek yang diharapkan oleh komunikator dari komunikate/penerima pesan tidak sesuai maka dapat dikatakan komunikasi menemui kegagalan.

Menurut Soeganda Priyatna (2004), efek yang ditimbulkan dari proses komunikasi dapat kita lihat dari adanya pendapat pribadi, pendapat publik, ataupun pendapat mayoritas.

- Pendapat pribadi adalah dampak yang ditimbulkan dari komunikasi dan dapat berupa sikap atau pendapat yang diberikan oleh komunikate/penerima pesan tentang masalah tertentu.
- Pendapat publik atau pendapat umum adalah suatu penilaian sosial tentang hal yang penting dan memiliki arti sebagai hasil dari tukar pikiran yang dilakukan oleh setiap individu secara sadar dan rasional. Pendapat publik umumnya ditujukan untuk mobilisasi massa.
- Pendapat mayoritas adalah pendapat terbanyak dalam masyarakat atau publik.

2. Fungsi Komunikasi

Komunikasi memberikan sesuatu kepada orang lain dengan kontak tertentu atau dengan mempergunakan suatu alat. Melalui komunikasi orang dapat merencanakan masa depannya, membentuk kelompok dan lain-lain. Dengan

komunikasi manusia dapat menyampaikan informasi, opini, ide, konsepsi, pengetahuan, perasaan, sikap, perbuatan dan sebagainya kepada sesama secara timbal balik, baik sebagai penyampai maupun penerima pesan.

Sedangkan fungsi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy mengemukakan bahwa fungsi komunikasi adalah :

a. Menginformasikan (*to inform*)

Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide (pikiran dan tingkah laku orang lain), serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

b. Mendidik (*to educated*)

Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

c. Menghibur (*to entertain*)

Adalah komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi. Pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

d. Mempengaruhi (*to influence*)

Adalah fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jika pikiran komunikasi dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikasi sesuai dengan yang diharapkan (Effendy, 1997).

Namun dengan demikian apabila dipandang dari arti lebih luas komunikasi tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai

tukar menukar data, fakta, dan ide maka fungsinya dalam setiap sistem adalah sebagai berikut:

- a. Informasi: pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan opini serta komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan secara tepat.
- b. Sosialisasi: penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif, sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.
- c. Motivasi: menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihan dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
- d. Perdebatan dan diskusi: menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kepentingan bersama ditingkat nasional dan lokal.
- e. Pendidikan: pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentuk watak dan pendidikan

keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.

- f. Memajukan kebudayaan: penyebaran hasil kebudayaan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horison seseorang, membangunkan imajinasi dan mendorong kreatifitas dan kebutuhan estetikanya.
- g. Hiburan: penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan *image* dari drama, tari, kesenian, kesusasteraan, musik, olahraga, permainan dan lain-lain untuk rekreasi, kesenangan kelompok dan individu.
- h. Integrasi: menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling mengenal dan mengerti serta menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.

3. Sifat-Sifat Komunikasi

Sifat-sifat komunikasi menurut Effendy dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek adalah sebagai berikut:

a. Tatap Muka (*face to face*)

Komunikasi yang dilakukan dengan cara bertemu langsung dengan teman bicara dimana dalam kegiatan komunikasi ini komunikan dan komunikator saling bertatap muka. Contoh dari konteks komunikasi tatap muka ini adalah komunikasi antar personal, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi.

b. Bermedia (*mediate*)

Komunikasi yang dilakukan dengan cara menggunakan suatu media dimana berkaitan erat dengan penguasaan pengetahuan dan penggunaan teknologi komunikasi. Contoh dari konteks komunikasi bermedia ini adalah komunikasi masa dan komunikasi media. (2001:32).

Dari penjelasan diatas kita mengetahui bahwa banyak sifat-sifat komunikasi. Melihat berkembangnya zaman, setiap individu memiliki caranya tersendiri untuk berkomunikasi tergantung pada situasi dan kondisinya.

4. Tujuan Komunikasi

Menurut Gordon I. Zimmerman et al. dalam buku suatu Pengantar Ilmu Komunikasi bahwa tujuan komunikasi dibagi menjadi dua kategori yaitu kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan kita dan kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. dari definisi diatas dapat dijabarkan bahwa tujuan komunikasi adalah untuk kebutuhan kita dan memupuk hubungan dengan orang lain.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku yang berjudul Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi . Tujuan komunikasi adalah:

- a. Perubahan sikap, yaitu komunikasi dapat merubah sikap, setelah dilakukan suatu proses komunikasi.

- b. Perubahan pendapat, yaitu perubahan pendapat dapat terjadi dalam suatu komunikasi yang tengah dan sudah berlangsung dan itu tergantung bagaimana komunikator menyampaikannya.
- c. Perubahan perilaku, yaitu perubahan perilaku dapat terjadi bilamana dalam suatu proses komunikasi apa yang dikemukakan komunikator sesuai dengan yang disampakainnya dan ini tergantung dari kredibilitas komunikator itu sendiri.
- d. Perubahan sosial, yaitu perubahan yang terjadi dalam tatanan masyarakat itu sendiri sesuai dengan lingkungan ketika berlangsungnya komunikasi (Effendy, 2003).

Sedangkan tujuan komunikasi pada umumnya menurut Cangara Hafiea adalah mengandung hal-hal sebagai berikut :

- a. Supaya yang disampaikan dapat dimengerti
Seseorang komunikator harus dapat menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas, sehingga mereka dapat mengikuti apa yang dimaksud oleh pembicara/penyampai pesan (komunikator).
- b. Memahami orang
Sebagai komunikator harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan hanya berkomunikasi dengan kemauannya sendiri.
- c. Supaya gagasan dapat diterima oleh orang lain
Komunikator harus berusaha agar gagasan dapat diterima oleh orang lain dengan menggunakan pendekatan yang persuasif bukan dengan memaksakan kehendak.

- d. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu
Menggerakkan sesuatu itu dapat berupa kegiatan yang lebih banyak mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang kita kehendak (Cangara, 2002).

Selanjutnya untuk mencapai tujuan tersebut itu, maka sebelumnya harus diteliti, apa yang menjadi tujuan dilakukan komunikasi itu, tujuan komunikasi menurut A.W Widjaja adalah:

- a. Apakah kita ingin menjelaskan sesuatu pada orang lain. Ini dimaksudkan
- b. apakah kita menginginkan orang mengerti dan memahami apa yang kita maksud.
- c. Apakah kita ingin agar orang lain menerima dan mendukung gagasan kita. Dalam hal ini tentunya cara penyampaian akan berbeda dengan cara yang dilakukan untuk menyampaikan informasi atau pengetahuan saja.
- d. Apakah kita ingin agar orang lain mengerjakan sesuatu agar mereka mau bertindak. (Widjaja, 1991:11)

BAB V

PROSES DAN HAMBATAN BERKOMUNIKASI

A. STANDAR KOMPETENSI

Memahami materi Proses dan Hambatan Komunikasi

Kompetensi Dasar yang Diharapkan

1. Mampu menjelaskan Proses Komunikasi
2. Mampu mendeskripsikan Hambatan Komunikasi

B. MATERI PERKULIAHAN

1. Proses Berkomunikasi

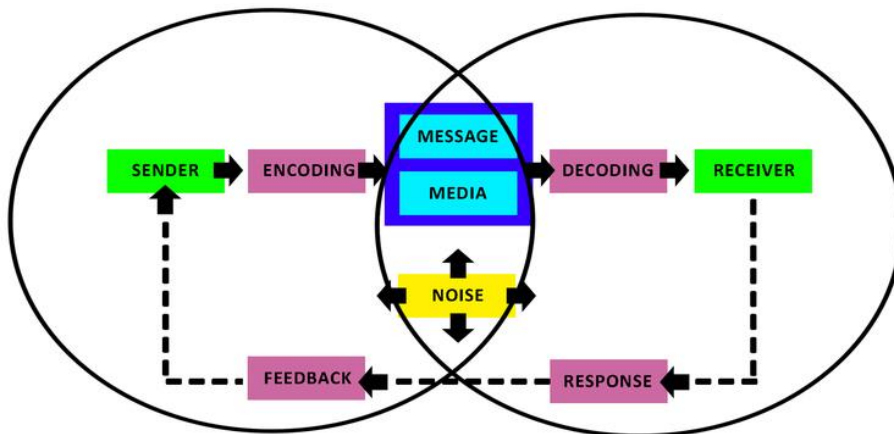
Proses komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya). Proses komunikasi, banyak melalui perkembangan. Proses komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi antar manusia dan ada penyampaian pesan untuk mewujudkan motif komunikasi.

Di dalam teori komunikasi ada beberapa tahapan proses komunikasi yaitu sebagai berikut :

- a. *Penginterpretasian*, hal yang diinterpretasikan adalah motif komunikasi, terjadi dalam diri komunikator. Artinya, proses komunikasi tahap pertama bermula sejak motif komunikasi muncul hingga akal budi komunikator berhasil menginterpretasikan apa yang

- ia pikir dan rasakan ke dalam pesan (masih abstrak). Proses penerjemahan motif komunikasi ke dalam pesan disebut interpreting.
- b. *Penyandian*, pada tahap ini masih ada dalam komunikator dari pesan yang bersifat abstrak berhasil diwujudkan oleh akal budi manusia ke dalam lambang komunikasi. Tahap ini disebut *encoding*, akal budi manusia berfungsi sebagai *encoder*, alat penyandi: mengubah pesan abstrak menjadi konkret.
 - c. *Pengiriman*, proses ini terjadi ketika komunikator melakukan tindakan komunikasi, mengirim lambang komunikasi dengan peralatan jasmaniah yang disebut transmitter, alat pengirim pesan.
 - d. *Perjalanan*, pada tahapan ini terjadi antara komunikator dan komunikan, sejak pesan dikirim hingga pesan diterima oleh komunikan.
 - e. *Penerimaan*, pada tahapan ini ditandai dengan diterimanya lambang komunikasi melalui peralatan jasmaniah komunikan.

Gambar 5.1. Skema Proses Komunikasi



Sumber: <http://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/proses-komunikasi-efektif-dan-hambatannya>

Apa yang dibahas dalam proses komunikasi itu memiliki kesimpulan yaitu bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikator dengan komunikasinya. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya). Proses komunikasi, banyak melalui perkembangan. Di dalam teori komunikasi ada beberapa Tahapan proses komunikasi yaitu sebagai berikut: Penginterpretasian, hal yang diinterpretasikan adalah motif komunikasi, terjadi dalam diri komunikator. Artinya, proses komunikasi tahap pertama bermula sejak motif komunikasi muncul hingga akal budi komunikator berhasil menginterpretasikan apa yang ia pikirkan dan rasakan ke dalam pesan (masih abstrak).

Sebuah komunikasi tidak terlepas dari sebuah proses. Oleh karena itu menurut Onong Uchjana, proses komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yakni secara primer dan sekunder:

a. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan/atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang

sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Pikiran dan atau perasaan seseorang baru akan diketahui oleh dan aka nada dampaknya kepada orang lain apabila ditransmisikan dengan menggunakan media primer tersebut, yakni lambang-lambang. Media primer atau lambang yang paling banyak dalam komunikasi adalah bahasa, jelas karena hanya bahasalah yang mampu atau menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain.

b. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada oranglain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi adalah surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi. Pentingnya peranan media yakni media sekunder dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiennya dalam mencapai komunikan (Effendy, 2005).

2. Hambatan dalam Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku yang berjudul *Dinamika Komunikasi*, faktor-faktor penghambatan komunikasi adalah:

a. Hambatan sosio-psikologis.

- b. Hambatan semantic.
- c. Hambatan mekanis (Effendy, 2004).

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi, ada beberapa hal yang merupakan hambatan komunikasi yang harus menjadi perhatian bagi komunikator bila ingin komunikasinya sukses, yaitu sebagai berikut:

- a. Gangguan.
- b. Kepentingan.
- c. Motivasi terpendam.
- d. Prasangka (Effendy, 2003).

Salah satu komponen komunikasi yang dapat mengganggu jalannya proses komunikasi adalah gangguan atau noise. Gangguan atau hambatan komunikasi adalah sebuah istilah yang digunakan untuk mengekspresikan berbagai gangguan dan hambatan dalam komunikasi antara komunikator dan komunike/penerima pesan. Komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila pesan yang dikirimkan mengalami sedikit distorsi. Gangguan atau hambatan komunikasi dapat berupa gangguan atau hambatan fisik, gangguan atau hambatan psikologis, gangguan atau hambatan budaya, gangguan atau hambatan semantik, gangguan atau hambatan teknis atau melubernya informasi.

Berikut ini adalah beberapa jenis hambatan komunikasi yang sering terjadi, diantaranya:

- **Hambatan Fisik** terjadi manakala komunikator tidak dapat melihat komunike secara fisik, misalnya karena letak geografi.
- **Hambatan Psikologis** terjadi karena setiap individu memiliki perbedaan dalam hal sikap, minat, dan motivasi yang karenanya

dapat membuat masing-masing individu melihat segala sesuatu dengan cara yang berbeda. Perbedaan ini dapat menciptakan hambatan komunikasi.

- **Hambatan Sosio-Antro-Psikologis**

Hambatan jenis ini adalah hambatan yang terjadi pada sisi komunikator atau penerima informasi. Kita mengetahui bahwa proses komunikasi, termasuk komunikasi organisasi, terbentuk dalam keadaan yang situasional. Artinya, komunikator harus benar-benar mengerti dan paham dengan situasi atau kondisi saat komunikasi berlangsung. Situasi sangatlah berpengaruh terhadap proses komunikasi yang akan berefek langsung pada efektivitas komunikasi organisasi itu sendiri.

Hambatan yang terjadi akibat faktor situasional ini terdiri dari hambatan sosiologis, hambatan antropologis dan hambatan psikologis. Misalnya, terjadi komunikasi organisasi antara manager dengan bawahan yang sedang terkena musibah. Dalam proses komunikasi ini, sang komunikator harus mengerti benar situasi psikologis dari bawahannya (komunikand) sehingga proses komunikasi organisasi bisa berjalan efektif.

Hambatan sosial budaya terjadi karena setiap individu memiliki latar belakang budaya yang berbeda sehingga akan berbeda pula ketika mengirimkan dan menerima pesan.

- **Hambatan Linguistik** terjadi manakala dalam proses komunikasi kita memberika ekspresi yang tidak tepat, penafsiran yang tidak tepat, menggunakan kata-kata yang ambigu serta penggunaan kosa kata yang tidak sesuai.

- **Hambatan Teknis**

Hambatan teknis adalah jenis hambatan yang terjadi karena media yang digunakan dalam berkomunikasi. Gangguan yang terjadi pada media komunikasi semisal radio, jaringan telepon dan alat komunikasi lain pastinya akan mengganggu proses komunikasi dan mengurangi tingkat efektivitas komunikasi tersebut. Misalnya, tata suara yang buruk, sinyal video yang lemah, dan lain-lain.

Menurut ahli Cruden dan Sherman dalam buku mereka berjudul *Personel Management*, hambatan teknis dalam komunikasi dapat dijabarkan sebagai berikut:

- Tidak ada prosedur kerja ataupun rencana kerja yang jelas.
- Tidak adanya penjelasan atau informasi yang jelas.
- Kemampuan membaca yang kurang baik.
- Media yang dipilih tidak tepat.

Dalam komunikasi organisasi, sangat penting untuk memilih media yang tepat yang dapat dipergunakan secara masif oleh anggota di dalam organisasi. Meski begitu, seharusnya media komunikasi yang bisa menjadi pilihan di zaman seperti ini sudah lebih banyak dan lebih handal dibandingkan era sebelumnya. Teknologi sudah berkembang pesat sehingga masalah teknis seperti jaringan telepon atau radio seharusnya sudah bisa diminimalisasi. Seharusnya hambatan teknis sudah tidak menjadi masalah yang besar untuk komunikasi dalam organisasi.

- **Hambatan Semantik**

Hambatan jenis ini adalah hambatan yang terjadi akibat porses penyampaian pengertian atau ide yang tidak efektif. Semantik sendiri

artinya studi yang mempelajari tentang pengertian yang diungkapkan atau dijabarkan dalam bentuk bahasa. Kata kata yang dipilih dalam komunikasi akan membantu proses pertukaran timbal balik arti dan pengertian dari seorang komunikator kepada komunikan.

Meski begitu, seringkali proses penafsiran pengertian ini keliru. Kekeliruan ini biasanya disebabkan oleh ketidak hadirannya hubungan antara simbol atau kata dengan apa yang disimbolkan atau pengertian atau ide yang hendak disampaikan. Hal ini tentunya dapat mengakibatkan kata yang dipakai ditafsirkan sangat berbeda dari apa yang dimaksudkan sebenarnya.

Sehingga, untuk menghindari kekeliruan komunikasi semacam ini, seorang komunikator sudah seharusnya memilih kata-kata yang tepat sesuai dengan karakteristik komunikannya, dan melihat kemungkinan penafsiran terhadap kata-kata yang dipakainya.

- **Hambatan Manusiawi**

Hambatan manusiawi ini timbul dari faktor faktor manusia atau pelaku komunikasi organisasi itu sendiri. Hambatan ini timbul karena berbagai faktor manusiawi seperti emosi dan prasangka pribadi, persepsi, kecakapan atau ketidakcakapan, kemampuan atau ketidakmampuan alat-alat pancaindera seseorang dan sebagainya. Menurut ahli Cruden dan Sherman, hambatan manusiawi dijabarkan oleh dua poin berikut:

—Hambatan yang berasal dari perbedaan individual manusia.
Perbedaan persepsi, perbedaan umur, perbedaan keadaan emosi, ketrampilan mendengarkan, perbedaan status, pencairan informasi, penyaringan informasi.

—Hambatan yang ditimbulkan oleh iklim psikologis dalam organisasi. Suasana iklim kerja dapat mempengaruhi sikap dan perilaku staf dan efektifitas komunikasi organisasi.

Dalam hambatan yang bersifat manusiawi ini juga dipengaruhi oleh tiga faktor berikut:

a) Atensi Selektif (*Selective Attention*)

Artinya manusia memiliki kecenderungan untuk memilih fokus komunikasi sesuai dengan pilihan pribadinya. Dalam hal ini, seseorang berhak menentukan topik yang ia sukai saat hendak melakukan proses komunikasi. Perlu diperhatikan bagi pelaku komunikasi organisasi, baik komunikator dan komunikan untuk mendapatkan perhatian lawan komunikasinya dalam mengadakan komunikasi organisasi.

b) Persepsi Selektif (*Selective Perception*)

Manusia juga memiliki persepsi sendiri dalam mengartikan isi dari informasi yang disampaikan. Bisa saja tafsir yang dilakukan komunikan berbeda dengan maksud dari komunikator. Hal ini bisa berakibat fatal dalam komunikasi organisasi bila bawahan salah menangkap maksud atasan dan begitu pun sebaliknya.

c) Retensi Selektif (*Selective Retention*)

Salah satu faktor hambatan manusiawi lainnya adalah kecenderungan manusia untuk memilih mengingat hal yang hanya mereka sukai. Bisa saja dalam komunikasi organisasi, komunikan benar menangkap isi pesan komunikator, namun belum tentu komunikan tersebut bisa mengingat seluruh bagian dari informasi yang disampaikan. Hambatan ini haruslah diminimalisasi agar

tidak terjadi kesalahan instruksi maupun koordinasi dalam proses komunikasi organisasi.

- **Hambatan Ekologis**

Faktor lingkungan juga sangat mempengaruhi kelancaran dari proses komunikasi organisasi. Terdapat banyak contoh proses komunikasi yang bisa terhambat akibat gangguan dari lingkungan tempat komunikasi berlangsung. Contoh dari hambatan ekologis ini antara lain lingkungan yang ramai atau bising, banyaknya orang yang berlalu lalang, suara petir atau hujan, suara kendaraan yang lewat dan banyak lainnya.

Sangat penting bagi komunikator untuk memperhatikan hambatan ekologis ini untuk memperlancar komunikasi organisasi. Contohnya, bila hendak melakukan komunikasi organisasi formal seperti meeting divisi, hendaknya dipilih ruangan yang tenang dan terbebas dari suara-suara yang mengganggu. Bila akan melakukan komunikasi via telepon seperti mengadakan conference call juga harus dipilih ruangan yang bebas dari lingkungan yang bising. Dengan ini, proses komunikasi organisasi bisa berjalan lebih lancar dan efektif.

Hambatan komunikasi memang sering terjadi ketika sedang melakukan suatu kegiatan komunikasi. Tidak terkecuali hambatan komunikasi di dalam organisasi. Oleh karena itu, dengan adanya artikel tentang hambatan komunikasi organisasi, semoga mampu mengatasi hambatan tersebut dan mampu menghasilkan sebuah komunikasi yang efektif.

- **Hambatan Luberan Informasi** terjadi manakala begitu banyaknya informasi yang ada namun kita memiliki keterbatasan dalam menyerap informasi yang ada.

Dalam setiap proses komunikasi, terdapat hambatan-hambatan yang berpotensi mengganggu proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan. Jika hambatan yang terdapat dalam proses komunikasi hanya kecil, maka efek yang ditimbulkannya hanya kecil dan dapat dihilangkan. Apabila hambatan dalam proses komunikasi besar, maka proses komunikasi dapat terganggu bahkan berpotensi gagal karena hambatan tersebut.

Berikut ini adalah berbagai hambatan dalam proses komunikasi yang dapat terjadi ketika dua atau lebih orang berkomunikasi. Hambatan-hambatan dalam proses komunikasi tersebut antara lain:

- Kebisingan
- Keadaan psikologis komunikan
- Kekurangan keterampilan komunikator/komunikan
- Kesalahan penilaian oleh komunikator
- Kurangnya pengetahuan komunikator/komunikan
- Bahasa
- Isi pesan berlebihan
- Bersifat satu arah
- Faktor teknis
- Kepentingan /interest
- Prasangka
- Cara penyajian teralu verbalik

BAB VI

TRADISI DAN ETIKA KOMUNIKASI

A. STANDAR KOMPETENSI

Memahami materi Tradisi dan Etika Komunikasi

Kompetensi Dasar yang Diharapkan

1. Mampu menjelaskan Tradisi Komunikasi
2. Mampu mendeskripsikan Etika Komunikasi

B. MATERI PERKULIAHAN

1. Klasifikasi Tradisi Penelitian Komunikasi

Ada istilah yang mengatakan, komunikasi adalah suatu masalah yang harus dijawab. Berdasarkan hal ini, maka dalam membuat pengertian tentang komunikasi dibutuhkan batasan yang jelas untuk hal-hal yang berada dalam teori komunikasi. Robert Craig dari Universitas Colorado mengemukakan pendapatnya bahwa ketika semua kajian teori komunikasi dibicarakan maka akan terjadi kebingungan, untuk itu dalam pembahasannya diperlukan batasan-batasan. Karena teori komunikasi bukan berasal dari dunia antah berantah. Komunikasi lebih kepada sesuatu yang bersifat tersusun, jawaban dari pemikiran yang dipertanyakan oleh sarjana untuk memposisikan interaksi manusia satu sama lain.

Craig mengklasifikasikan tradisi teori komunikasi menjadi tujuh tradisi termasuk dengan teori yang sudah dibuktikan dengan

tujuan untuk memahami mengapa beberapa teori masuk pada hal tertentu, sementara yang lain tidak. Klasifikasi tradisi teori komunikasi oleh Craig, diantaranya :

1. TRADISI SOSIO-PSIKOLOGI

(Komunikasi sebagai Pengaruh antar Pribadi)

Tradisi sosio-psikologi ini beranjak dari perspektif objektif. Penganut tradisi sosio-psikologi percaya bahwa kebenaran dalam komunikasi bisa ditemukan dengan pengamatan yang teliti dan tersusun. Penganut tradisi ini mencari hubungan sebab akibat yang dapat memprediksi kapan suatu perilaku komunikasi akan berhasil dan kapan akan gagal.

Salah seorang penganut tradisi ini adalah Carl Hovland, peletak dasar penelitian eksperimen tentang efek komunikasi. Hovland dan timnya dari Universitas Yale menemukan dua tipe kredibilitas, yaitu keahlian dan karakter yang akan menjadikan berhasilnya suatu komunikasi.

Tradisi sosio psikologi dibagi menjadi tiga jenis :

- a. Behavioral, adalah kepada hubungan apa yang kita katakan dan apa yang kita lakukan.
- b. Kognitif, cabang ini cukup banyak digunakan saat ini berpusat pada pola pemikiran cabang ini berkonsentrasi pada bagaimana individu memperoleh, menyimpan dan memproses informasi dengan cara yang arah tingkah laku yang keluar.
- c. Biological, cabang ini berupaya mempelajari manusia dari sisi biologikalnya.

2. TRADISI CYBERNETIC

(Komunikasi sebagai Sebuah Proses Informasi)

Seorang ilmuwan MIT yang bernama Norbert Wiener mengatakan cybernetic sebagai bidang kecerdasan artifisial. Tradisi ini menjelaskan, bagaimana kata-kata diproses sebagai suatu informasi. Dalam tradisi ini, komunikasi dipahami sebagai bagian-bagian dari sistem yang saling mempengaruhi satu sama lainnya, seperti sistem keluarga, sistem organisasi dan lain sebagainya.

Clude Shannon, seorang ilmuwan dari Bell Telephone Company sekaligus pengembang teori matematika dari sinyal transisi mengemukakan idenya tentang komunikasi sebagai sebuah proses informasi. Ide tersebut memiliki target memberikan dampak maksimum dengan distorsi minimum. Dalam penelitian tersebut, Shannon memberikan sedikit perhatian dalam proses penyampaian pesan kepada penerima pesan, sehingga pesan yang diterima berbeda dari apa yang dikirim pada awalnya.

Dalam tradisi cybernetic terdapat beberapa varian, diantaranya :

- a. Basic System Theory, merupakan format dasar.
Pendekatan ini melukiskan seperti sebuah struktur yang nyata dan bisa di analisa dan diamati dari luar.
- b. General System Theory, sistem ini menggunakan prinsip untuk melihat sesuatu pada banyak bidang yang berbeda menjadi selaras antara satu dengan yang lain.
- c. Second Order Cybernetic, dikembangkan sebagai sebuah alternative dari dua tradisi Cybernetic.

3. TRADISI RETORIKA

(Komunikasi sebagai Seni Berbicara kepada Publik)

Retorika atau dalam bahasa Inggris *rhetoric*, berasal dari bahasa Latin *Rhetorica* yang artinya ilmu bicara. Cleanth Brooks dalam bukunya *Modern Rhetoric* mengemukakan retorika sebagai *the art of using language effectively* atau seni penggunaan bahasa secara efektif. Tradisi Retorika sebagai suatu komunikasi yang cenderung lebih mengarah pada bahasan praktis dimana komunikasi berbicara langsung dihadapan publik. Dari uraian tersebut menunjukkan bahwa retorika mempunyai pengertian sempit mengenai berbicara dan pengertian luasnya adalah penggunaan bahasa baik secara lisan ataupun tulisan.

Tradisi retorika ini dibagi menjadi beberapa era, sebagai berikut :

a. Era Klasik

Era dimana terjadi perselisihan antara dua aliran, yaitu sophis dan filosof yang mana aliran sophis beranggapan bagaimana kita dapat berargumen untuk memenangkan suatu perkara melalui retorika tidak peduli benar atau tidak dan berlawanan dengan aliran filosof yang menganggap bahwa retorika digunakan hanya untuk berdialog mendapatkan kebenaran absolute.

b. Era Abad Pertengahan

Pada era ini, studi tentang retorika berfokus pada pengaturan gaya, tetapi retorika pada abad pertengahan dicela karena

dianggap sebagai ilmu kaum penyembah berhala dan tidak perlu dipelajari.

d. Era Renaissance

Masa ini dianggap sebagai kelahiran kembali retorika sebagai suatu seni.

e. Masa Pencerahan

Retorika menjadi sarana untuk menyampaikan suatu kebenaran. Hal ini menjadikan retorika kembali menjadi citra yang baik seperti saat ini.

f. Era Kontemporer

Era ini ditandai dengan pemanfaatan media massa untuk menyampaikan suatu pesan baik secara verbal maupun visual pada media massa.

g. Postmodernisme

Postmodernisme merupakan alternatif yang dimulai dari asumsi dan nilai-nilai acuan yang berbeda, untuk menghasilkan suatu retorika yang berbeda pula.

4. TRADISI SEMIOTIK

(Komunikasi sebagai Proses Berbagi makna Melalui Berbagai Tanda)

Semiotik merupakan ilmu dalam mempelajari tanda. Suatu tanda dapat mewakili atau memberikan petunjuk atas sesuatu hal. Misalnya, temperatur yang tinggi pada tubuh seseorang bisa menjadi tanda bahwa orang tersebut terkena demam, langit mendung menunjukkan tanda bahwa hujan akan turun. Kata juga merupakan tanda, tetapi jenis yang lebih spesial disebut simbol. Tradisi

semiotik ini memperhatikan bagaimana tanda memiliki makna dan bagaimana penggunaan tanda tersebut untuk menghindari kesalahpahaman, daripada bagaimana cara membuat tanda tersebut.

Tradisi Semiotika dibagi menjadi tiga macam, yaitu:

- a. Semantic (bahasa), mengarah pada hubungan antara tanda dengan objeknya atau tentang keberadaan dari tanda itu sendiri.
- b. Sintagmatic, kajian tentang hubungan antar tanda. Dalam hal ini, tanda hampir tidak dapat berdiri sendiri.
- c. Paradigmatic, yang melihat sebuah tanda dengan membedakan antara satu manusia dengan yang lain atau sebuah tanda bisa saja dimaknai berbeda oleh masing-masing orang sesuai dengan latar belakang budayanya.

5. TRADISI SOSIO BUDAYA

(Komunikasi sebagai Penciptaan Sebuah Realitas Sosial)

Asumsi dasar dari tradisi sosio budaya ini adalah bahwa pada saat orang berbicara, mereka sesungguhnya sedang membuat dan menghasilkan kebudayaan. Sebagian besar akan beranggapan bahwa kata-kata akan mencerminkan apa yang sebenarnya terjadi. Pionir dari Universitas Chicago, Edwar Sapir dan muridnya Benjamin Lee Whorf adalah pelopor tradisi sosio budaya. Dalam hipotesis penelitian mereka, menjelaskan bahwa struktur bahasa dari budaya menentukan apa yang orang pikirkan dan lakukan. Dunia nyata terlalu luas untuk dibentuk dari kebiasaan bahasa suatu kelompok.

Teori sosio budaya kontemporer mengklaim bahwa proses komunikasi adalah hasil produksi, memelihara, memperbaiki dan

perubahan dari realitas. Seseorang dalam suatu pembicaraan disesuaikan dengan dunia sosialnya.

Adapun jenis dari tradisi sosio budaya ini adalah :

- a. Interaksi symbolic, merupakan hal yang sangat berpengaruh dalam ilmu sosiologi oleh George Herbert Mead dan Z Herbert Blumer yang menekankan pentingnya pengamatan dalam kajian komunikasi sebagai cara untuk menyelidiki hubungan sosial.
- b. Konstruksi Sosial, pada cabang ini menginvestigasi bagaimana pengetahuan manusia dikonstruksi melalui interaksi sosial.
- c. Sosial Linguistik, Ludwig Wittgenstein seorang filosof Jerman bahwa arti dari bahasa tergantung pada penggunaannya.

6. TRADISI KRITIS

(Komunikasi sebagai Tantangan untuk Merefleksi dari sesuatu yang tidak tepat)

Tradisi ini berangkat dari asumsi teori-teori kritis yang memperhatikan terdapatnya kesenjangan di dalam masyarakat. Proses komunikasi dilihat dari sudut kritis. Bahwa komunikasi disatu sisi telah ditandai dengan proses dominasi oleh kelompok yang kuat atas kelompok masyarakat yang lemah. Pada sisi lain, aktifitas komunikasi mestinya menjadi proses artikulasi bagi kepentingan kelompok masyarakat yang lemah.

Beberapa ahli seperti Noam Chomsky, Herbert Schiller, Ben Bagdikian, C. Wright Mills, dan sebagainya yang pemikiran mereka menyoroti tentang media. Varian dari Tradisi ini adalah :

- a. Marxisme, peletak dasar dari tradisi kritis. Marx mengajarkan bahwa ekonomi merupakan dasar dari segala struktur sosial.

- b. Kritik Politik ekonomi, pandangan ini merupakan revisi terhadap Marxisme yang dinilai terlalu menyederhanakan realitas kedalam dua kubu yaitu kalangan penguasa dan kalangan tertindas berdasarkan kepentingan ekonomi.
- c. Aliran Frankfurt, memperkenalkan bahwa aliran kritis mampu menawarkan suatu interkoneksi dan pengujian yang menyeluruh tentang perubahan bentuk dari masyarakat, kultur ekonomi, dan kesadaran.
- d. Posmodernisme, ditandai dengan sifat relativitas, tidak ada standarisasi nilai, menolak pengetahuan yang sudah jadi dan dianggap sebagai sesuatu yang sakral.
- e. Cultural studies, memusatkan pada perubahan sosial dari tempat yang menguntungkan dari kultur itu sendiri.
- f. Post strukturalis, yakni pandangan yang memandang realitas merupakan sesuatu yang kompleks dan selalu dalam proses sedang menjadi.
- g. Post Colonial, mengacu pada semua kultur yang dipengaruhi oleh proses imperial dari masa penjajahan sampai saat ini.

7. TRADISI FENOMOLOGI

(Komunikasi sebagai Pengalaman dari Seseorang atau orang lain melalui Dialog)

Tradisi fenomologi berkonsentrasi pada pengalaman pribadi dari seseorang termasuk individu-individu yang ada saling berbagi pengalamannya satu sama lain. Penganut fenomologi lebih menganggap bahwa pengalaman pribadi seseorang lebih penting dan berwenang dibandingkan hipotesis suatu penelitian. Karena tidak

ada dua orang yang memiliki kisah hidup yang sama. Dalam hal ini komunikasi dipandang sebagai proses berbagi pengalaman antar individu dengan cara dialog.

Adapun varian dari tradisi Fenomonologi ini, adalah

- a. Fenomonologi Klasik, diawali oleh Edmund Husserl penemu Fenomenologi Modern Husserl yang percaya kebenaran hanya bisa didapatkan melalui pengarahannya pengalaman, tapi kita harus tahu bagaimana pengalaman kita bekerja, dengan kata lain kesadaran akan pengalaman dari setiap individu.
- b. Fenomenologi Persepsi, berlawanan dengan Husser yang membatasi fenomenologi pada objektivitas.
- c. Fenomenologi Hermeneutik, aliran ini selalu dihubungkan dengan Martin Heidegger dengan landasan filosofis yang juga biasa disebut dengan Hermeneutic of dasein yang berarti suatu “interpretasi untuk menjadi”.

8. TRADISI ETIKA

(Komunikasi sebagai Orang yang Berinteraksi dalam karakter dan cara yang Menguntungkan)

Bidang komunikasi sangat peduli pada tanggung jawab etika. Penganut tradisi etika, memiliki peranan penting untuk mempertimbangkan peluang yang harus dikomunikasikan. Dalam etika berkomunikasi harus berisikan sopan santun dan kejujuran, bukan mengatakan kebohongan. Dengan 7 atau 8 tradisi dari teori komunikasi menceritakan tentang bahasa komunikasi yang dapat menjadi suatu jawaban dan bukan masalah.

Tabel 6.1.

Konsep Teori Komunikasi

Traditional of Communication	Communication Theorized as :	Problem of Communication Theorized as:
Rhetorical	The practical art of discourse	Social exigency requiring collective deliberation and judgment
Semiotic	Intersubjective mediation by sign	Misunderstanding or gap between subjective viewpoints
Phenomenological	Experience of otherness; dialogue	Absence of, or failure to sustain, authentic human relationship
Cybernetic	Information processing	Noise; overload; underload; a malfunction or “bug” in a system
Sociopsychological	Expression, interaction and influence	Situation requiring manipulation of causes of behavior to achieve specified outcomes
Sociocultural	(Re)production of social order	Conflict; alienation; misalignment; failure of coordination
Critical	Discursive reflection	Hegemonic ideology; systematically distorted speech situation

Sumber: Adaptasi dari Craig R.T (1999) *Communication Theory as a Field*

2. Etika Komunikasi

Sebagai makhluk sosial, kita tentu tahu bahwa etika adalah termasuk hal mendasar dalam kehidupan manusia. Terlebih lagi kita sebagai orang Indonesia yang sedari kecil sudah biasa diajari tentang sopan santun, tata krama, dan adat kebiasaan. Mengenai bagaimana harus bersikap dengan orang lain, dan sebagainya.

Etika sendiri merupakan cabang utama ilmu filsafat yang mempelajari mengenai nilai-nilai mengenai benar, salah, baik, buruk, dan tanggung jawab yang menjadi standar dan penilaian moral dalam masyarakat atau publik. Etika berasal dari bahasa Yunani kuno, yaitu *ethikos* yang berarti timbul dari kebiasaan.

Etika Menurut Ahli

Meski kita sudah cukup familiar dengan etika, namun sebagai cabang ilmu tentunya etika memiliki pengertian secara ilmiah. Terdapat beberapa pengertian etika menurut para ahli, yaitu:

- a. Prof. DR. Franz Magnis Suseno : “Ilmu yang mencari orientasi atau ilmu yang memberikan arah dan pijakan dalam tindakan manusia.”
- b. James J. Spillane SJ : “Etika adalah mempertimbangkan dan memperhatikan tingkan laku manusia dalam mengambil suatu keputusan yang berkaitan dengan moral, yang mana lebih mengarah pada penggunaan akal budi manusia untuk menentukan benar atau salah.”
- c. Maryani dan Ludigdo : “Seperangkat norma, aturan, atau pedoman yang mengatur segala perilaku manusia, baik yang harus dilakukan

dan yang harus ditinggalkan, yang dianut oleh sekelompok masyarakat.

Jenis-Jenis Etika

Setelah memahami mengenai pengertian etika, selanjutnya kita perlu memahami apa saja jenis-jenis etika. Secara garis besar, etika dibagi ke dalam dua jenis, yaitu:

a. Etika Umum

Sesuai dengan namanya, etika umum adalah etika yang membahas mengenai kondisi dasar dan umum tindakan manusia secara etis. Standar bertindak secara etis ini yang kemudian dijadikan acuan untuk manusia dalam bertindak dan bertingkah laku. Etika umum telah diterapkan sebagai tolak ukur secara umum dalam menilai baik atau buruk dan benar atau salah suatu hal atau tindakan. Beberapa standar yang termasuk etika umum adalah adat istiadat yang berlaku, norma masyarakat, dan norma agama.

b. Etika Khusus

Kebalikan dari etika umum yang bersifat general, etika khusus adalah etika yang mencakup prinsip-prinsip pada bidang kehidupan tertentu. Etika khusus ini erat kaitannya dengan peran, profesi atau bagian tertentu dalam masyarakat. Misalnya, etika khusus seorang anak, etika khusus pelajar, etika khusus dokter, etika khusus jurnalis, dan lain sebagainya.

Etika khusus dibagi lagi ke dalam dua kategori, yaitu:

1) Etika individual, yaitu etika khusus yang mencakup standar dan acuan sikap manusia terhadap dirinya sendiri. Misalnya,

seorang manusia harus paham bagaimana menghargai dirinya sendiri dengan tidak melakukan hal-hal yang merugikan diri sendiri seperti memakai narkoba atau bunuh diri.

- 2) Etika sosial, yaitu etika khusus yang mencakup standar dan acuan sikap manusia terhadap orang lain, lingkungan, dan publik sebagai anggota dari masyarakat sosial. Misalnya, seorang manusia harus memahami bagaimana bersikap dengan orang lain.

Aliran Etika

Selain terbagi menjadi dua jenis, etika juga terbagi ke dalam empat aliran. Aliran-aliran etika yaitu:

- a. Deontologis, adalah etika yang memandang bahwa nilai dari sebuah tindakan tidak dilihat dari tercapainya tujuan, namun dari niat baik yang mendorong seseorang untuk melakukan tindakan tersebut.
- b. Teologis. Berbeda dengan etika deontologis yang tidak mementingkan tujuan, etika ini intinya adalah tujuan atau akibat dari sesuatu. Jadi etika ini menyatakan bahwa walaupun manusia sudah memiliki niat baik dalam bertindak, tetap saja harus diiringi dengan tujuan akhir yang baik juga.
- c. Egoisme. Dalam egoisme, manusia memiliki kecenderungan untuk mempertahankan diri dengan hal-hal yang menguntungkan bagi dirinya sendiri dan tidak memedulikan orang lain. Egoisme adalah mementingkan kepentingan dan urusan pribadi di atas kepentingan orang lain, untuk mengejar tujuan pribadi.

- d. Utilitarisme. Diambil dari kata latin utilis yang artinya bermanfaat, utilitarisme adalah tindakan yang dilakukan manusia untuk memberi manfaat kepada orang lain, baik di sekitarnya maupun cakupan masyarakat yang lebih luas lagi.

Etika Dalam Komunikasi

Sebagai makhluk sosial, tentunya komunikasi tidak lepas dari kehidupan sehari-hari kita. Dan seperti yang telah diulas sebelumnya, komunikasi sebagai bagian dari kehidupan juga memiliki etika di dalamnya. Etika komunikasi merupakan salah satu dari etika khusus, karena membahas bagian tertentu dari kehidupan manusia.

Etika sendiri merupakan nilai dan norma yang berlaku untuk dijadikan pandangan dan standar manusia dalam bertindak dan bertingkah laku. Dalam kaitannya dengan komunikasi, etika komunikasi mencakup segala nilai dan norma yang menjadi standar dan acuan manusia dalam berkomunikasi dengan orang lain. Etika komunikasi menilai mana tindakan komunikasi yang baik dan buruk berdasarkan standar yang berlaku.

Karena komunikasi merupakan salah satu hal yang krusial dalam kehidupan manusia, maka penting bagi kita untuk memahami mengenai etika komunikasi. Tanpa adanya etika komunikasi, dapat terjadi hal-hal yang tidak diinginkan seperti kesalahpahaman, pertengkaran, perselisihan, dan lain sebagainya. Selain itu, etika komunikasi yang tidak diketahui dan diterapkan akan menyebabkan hubungan kita dengan orang lain jadi buruk. Tentunya itu akan

berakibat tidak baik, karena bagaimanapun juga kita adalah makhluk sosial yang selalu membutuhkan dan dibutuhkan orang lain.

Guna menghindari terjadinya hal-hal seperti itu, kita akan membahas lebih lanjut mengenai etika komunikasi apa saja yang penting dan mendasar dalam kehidupan sehari-hari. Etika dalam komunikasi ada beragam dan tentunya tidak akan cukup jika dibahas semua disini. Pada tulisan ini, kita akan membahas beberapa etika dalam komunikasi yang sering kita lakukan dan temui sehari-hari.

a. Memulai Pembicaraan

Dalam keseharian, tentunya kita pernah bertemu dengan keadaan yang membuat kita harus atau ingin memulai pembicaraan dengan orang lain. Namun ada hal-hal yang harus diperhatikan, yaitu:

1) Lihat keadaan calon lawan bicara.

Apakah dia terlihat sedang sibuk atau terburu-buru? Kalau iya, mungkin kita harus mencoba berbicara lain kali. Karena nanti kita justru akan mengganggu orang itu dan membuatnya tidak nyaman.

2) Ramah dan sopan.

Sapa lah lawan bicara anda dengan ramah dan sopan, namun tidak terkesan dibuat-buat. Kita bisa mengajukan pertanyaan basa-basi untuk pembuka seperti apa kabar, mau kemana, dari mana, dan semacamnya.

3) Jangan hanya bicara, dengarkan juga.

Kebanyakan orang mengasumsikan komunikasi selalu berkaitan dengan bicara, padahal tidak hanya itu. Mendengarkan juga

salah satu bagian dari komunikasi, dan hal ini sangat penting untuk dilakukan. Ketika kita terlalul sibuk bicara dan tidak memperhatikan apa yang diucapkan lawan bicara, kita seperti tidak menghargainya.

b. Komunikasi Tatap Muka

Komunikasi tatap muka bisa dibilang komunikasi yang hampir setiap hari kita lakukan. Berikut beberapa hal yang harus diperhatikan dalam komunikasi tatap muka atau langsung:

1. Tatap mata lawan bicara.

Hal yang pertama harus dilakukan adalah menatap lawan bicara kita. Jangan sampai kita malah melihat ke arah yang lain dan membuat lawan bicara terganggu atau merasa tidak diperhatikan. Jika kesulitan menatap langsung pada mata lawan bicara, kita bisa melihat ke arah garis tengah antara kedua matanya (yang sejajar dengan hidung).

2. Jaga intonasi dan kecepatan bicara.

Bicaralah dengan suara yang stabil, tidak terlalu pelan atau terlalu tinggi. Keduanya bisa menyebabkan orang salah mengerti dan tidak paham apa yang kita bicarakan. Selain itu, bicaralah dengan kecepatan normal supaya dapat disimak dengan baik.

3. Lontarkan pertanyaan.

Sekali lagi, jangan hanya sibuk bicara dan tidak menyimak apa yang dibicarakan lawan bicara kita. Dengarkanlah baik apa yang dikatakan lawan bicara, dan sahutilah dengan melontarkan pertanyaan atau pernyataan.

Teknik Komunikasi yang Baik

Sebagai hal yang selalu dilakukan dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi harus dilakukan dengan baik. Berikut adalah beberapa teknik komunikasi yang baik:

- Bicara dengan jelas.

Komunikasi intinya adalah menyampaikan pesan kepada lawan bicara, dan tugas kita adalah bagaimana agar pesan tersebut sampai sesuai dengan keinginan kita. Yang paling penting adalah bicara apa yang kita maksudkan dengan jelas, supaya tidak ada kesalahpahaman. (Baca juga:)

- Mendengarkan dengan baik.

Seperti yang telah diulas sebelumnya, mendengarkan adalah hal yang sangat penting dalam komunikasi. Tanpa kita berusaha mendengarkan baik, komunikasi yang terjalin tidak akan efektif. Kita tidak memperhatikan apa yang dibicarakan orang lain dan membuat komunikasi jadi terhambat.

- Perhatikan lawan bicara.

Kita berkomunikasi dengan lawan bicara, maka kita harus perhatikan lawan bicara kita. Dengan begitu, lawan bicara merasa dihargai dan komunikasi berjalan lebih lancar. Kalau sudah begitu, hubungan yang terjalin dengan lawan bicara pun akan terus terjalin dengan baik.

- Konfirmasi jika merasa salah paham.

Dalam berkomunikasi, kita tidak dapat terhindar dari adanya kesalahpahaman. Kesalahpahaman bisa terjadi karena berbagai hal,

misalnya gangguan lingkungan atau ketidakfokusan kita dalam menyimak. Karena itu, perlu dikonfirmasi langsung hal yang disalahpahami guna meluruskan keadaan.

- Perhatikan komunikasi non-verbal.

Seperti yang dibahas sebelumnya, komunikasi bukan hanya soal bicara atau verbal. Ada juga aspek-aspek komunikasi non-verbal dan justru peranannya jauh lebih besar dibanding komunikasi verbal. Contoh dari komunikasi non-verbal adalah gestur tubuh, mimik wajah, penampilan, tanda baca, dan lain sebagainya.

Etiket Komunikasi

Etiket dikenal juga sebagai tata krama, yang mengatur sikap dan tindakan manusia dalam bergaul dengan manusia lain berdasarkan standar sopan santun dan adab. Etiket sebenarnya secara sadar atau tidak sudah banyak kita pelajari dan pahami sedari kecil. Namun untuk lebih jelasnya lagi, berikut adalah contoh dari etiket komunikasi:

1. Penggunaan bahasa yang baik dan intonasi yang sesuai.
2. Mengucapkan permisi ketika lewat di depan orang lain.
3. Mengucapkan tolong ketika minta bantuan.
4. Mengucapkan terima kasih ketika mendapat bantuan.
5. Mengucapkan maaf ketika melakukan kesalahan.
6. Menghormati orang-orang yang lebih tua.
7. Mengurangi kebiasaan menyela ucapan orang lain.

Manfaat Mempelajari Etika Komunikasi

Setelah membahas berbagai hal mengenai etika komunikasi, berikut adalah manfaat dari mempelajari etika komunikasi:

1. Melancarkan komunikasi dengan orang lain.
2. Memahami apa yang dikomunikasikan orang lain.
3. Diterima dalam sosial masyarakat karena mengikuti etika yang berlaku.
4. Memperkuat hubungan yang terjalin dengan orang lain.
5. Pesan yang disampaikan dapat diterima dengan lebih baik.
6. Dihargai orang lain karena kita menghargai mereka juga.
7. Tidak bertindak sembarangan dan seenaknya dalam berkomunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2006. *Ilmu Komunikasi : Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendi, Onong Uchjana. 2001. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Harun, Rochajat dan Elvinaro Ardianto. 2011. *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2019. Website: <https://kbbi.web.id/komunikasi>.
- Merriam-Webster. 1981. *Webster's New Collegiate Dictionary*. London: Merriam-Webster, Inc.
- Muhadjir, Noeng. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jogja: Rake Sarasin.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Oxford American Dictionary, N. 2010. *New Oxford American Dictionary*. Oxford University Press.
- Robbins, S. 2008. *Perilaku Organisasi*, Jilid I dan II, alih Bahasa : Hadyana Pujaatmaja. Jakarta: Prenhallindo.
- Schermerhorn, John R Jr. 2014. *Management, 13th ed*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi : Pendekatan Taksonomi Konseptual*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Penerbit PT. Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.