

# TEORI-TEORI KOMUNIKASI



**Jurusan Manajemen Dakwah  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Gunung Djati Bandung**

Redaksi: Gedung Fakultas Dakwah Dan Komunikasi  
Lt 2. Ruang Jurusan Manajemen Dakwah  
Jl. AH. Nasution No. 105 Cipadung Cibiru Bandung  
Telepon : 022-7810788 Fax : 0227810788  
E-mail : [md@uinsgd.ac.id](mailto:md@uinsgd.ac.id)  
Website : <http://md.uinsgd.ac.id>

ISBN 978-623-6524-01-5



9 786236 524015

TEORI-TEORI KOMUNIKASI

ZAENAL MUKAROM



# **TEORI-TEORI KOMUNIKASI**

**Zaenal Mukarom**



**Jurusan Manajemen Dakwah  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Gunung Djati Bandung**

---

**TEORI-TEORI KOMUNIKASI**

**Penulis :**  
Zaenal Mukarom

Penyunting : Asep Iwan Setiawan  
Desain Sampul dan Tata Letak : Cecep Abdu Rohman

Cetakan pertama : Juni 2020  
ISBN : 978-623-6524-01-5

---

Diterbitkan dan disitribusikan oleh:  
**Jurusan Manajemen Dakwah**  
**Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
**UIN Sunan Gunung Djati Bandung**  
Gedung Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Lt 2.  
Ruang Jurusan Manajemen Dakwah  
Jl. AH. Nasution No. 105 Cipadung Cibiru Bandung  
Telepon : 022-7810788 Fax : 0227810788 E-mail : [md@uinsgd.ac.id](mailto:md@uinsgd.ac.id)  
Website : <http://md.uinsgd.ac.id>

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

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahiim.*

Segala puji hanya bagi Allah SWT. yang telah mengajarkan hamba-NYA dengan qalam dan mengajarkan manusia hikmah dan ilmu pengetahuan dari sesuatu yang tidak diketahui menjadi sesuatu yang dapat diketahui. Salawat dan salam, semoga senantiasa tercurah selalu kepada Nabi Besar Muhammad SAW. yang telah membawa risalah kebenaran sehingga menyelamatkan ummatnya dari zaman kebodohan menuju zaman era pengetahuan dan kemajuan.

Sebagai ilmu terapan yang relatif masih baru, ilmu komunikasi mengalami perkembangan yang sangat pesat apalagi ditunjang dengan perkembangan teknologi komunikasi khususnya komunikasi massa, semakin mengokohkan komunikasi sebagai suatu disiplin ilmu yang dipandang penting dan strategis. Apalagi kehadiran internet dengan teknologi cyberneticnya semakin mendinamisasi dan memperkaya bidang kajian komunikasi sebagai sebuah disiplin ilmu.

Dalam prosesnya, peristiwa komunikasi sangat terkait erat dengan konteksnya. Konteks komunikasi itu bisa berupa pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi, media yang digunakan atau substansi dari isi pesan yang disampaikannya. Dalam konteks itulah, para ahli komunikasi mengembangkan penelitian dan studi yang menghasilkan sejumlah teori-teori yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi. Karena itulah, buku dasar ini mencoba menguraikan sesederhana mungkin bagaimana teori-teori komunikasi hasil penelitian para ahli tersebut dijadikan sebagai alat analisis untuk melihat fenomena komunikasi secara utuh. Paling tidak, kehadiran buku dasar ini diharapkan memiliki kegunaan bagi para mahasiswa dan pembaca pada umumnya untuk mengetahui dan mempelajari seluk beluk dan dinamika komunikasi berdasarkan perspektif teori-teori komunikasi, khususnya teori-teori komunikasi berdasarkan konteksnya. Walaupun disadari benar, bahwa dalam proses penulisannya banyak sekali kekurangan dan kelemahan di sana sini.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini lebih merupakan catutan referensi yang telah ada sebelumnya yang kemudian disusun dan diurai sesuai dengan kebutuhan pembelajaran tentang teori-teori komunikasi. Dengan demikian, referensi-referensi yang berserakan itu diharapkan bisa menjadi satu kesatuan utuh yang menggambarkan bagaimana sesungguhnya teori-teori komunikasi itu bisa dipelajari, dianalisis dan diaflikasikan dalam

konteks penelitian mahasiswa dalam proses penyelesaian tugas akhir studinya. Oleh karena itu pula, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan permohonan maaf apabila ada beberapa kesalahan dalam penafsiran dan pengungkapannya terutama dalam hal pengutipan pendapat yang disadur menjadi referensi dalam penulisan buku daras ini.

Pada akhirnya, dengan segala kerendahan hati pula, penulis mempersembahkan tulisan sederhana ini kepada semua pecinta ilmu pengetahuan dengan harapan semoga bermanfaat. Tak lupa ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Rektor UIN SGD Bandung melalui Lembaga Penelitian yang telah memberi kepercayaan dan membiayai penulisan buku daras ini.

Bandung, Juni 2020

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Tujuan Pembelajaran .....	7
C. Peta Konsep .....	7
<b>BAB II MANUSIA DAN KOMUNIKASI</b> .....	10
A. Standar Kompetensi .....	10
B. Aksioma Komunikasi .....	10
C. Komunikasi Sebagai Proses Sosial, Budaya dan Politik ....	12
D. Macam-macam atau Jenis Komunikasi .....	16
E. Komunikasi Efektif .....	17
F. Hambatan-Hambatan dalam Proses Komunikasi .....	18
G. Rangkuman .....	19
H. Latihan .....	20
<b>BAB III KONTEKS &amp; PRINSIP KOMUNIKASI</b> .....	21
A. Standar Kompetensi .....	21
B. Keserbawajahan Komunikasi .....	21
C. Konteks Komunikasi.....	22
D. Dimensi Konteks Komunikasi.....	27
E. Prinsip-Prinsip Komunikasi.....	28
F. Rangkuman .....	35
G. Latihan .....	39
<b>BAB IV TEORI DAN MODEL KOMUNIKASI</b> .....	40
A. Standar Kompetensi .....	40
B. Teori Komunikasi .....	40
C. Penjelasan dalam Teori.....	42
D. Sifat, Tujuan dan Fungsi Teori .....	43
E. Pengembangan Teori .....	45
F. Model-model Komunikasi .....	46
G. Rangkuman .....	56
H. Latihan .....	57
<b>BAB V TEORI KOMUNIKASI INTRAPERSONAL</b> .....	59
A. Standar Kompetensi .....	59
B. Pengertian Komunikasi Intrapersonal.....	59
C. Proses Pengelolaan Informasi.....	63
D. Teori-Teori Komunikasi Intrapersonal .....	65
E. Rangkuman .....	67
F. Latihan .....	68

<b>BAB VI TEORI KOMUNIKASI INTERPERSONAL</b>	70
A. Standar Kompetensi	70
B. Pengertian Komunikasi Interpersonal	70
C. Sistem Komunikasi Interpersonal	71
D. Peranan Komunikasi Inter/Antarpersonal	73
E. Faktor yang Mempengaruhi Individu dalam Komunikasi Antarpribadi	74
F. Ciri Efektivitas Komunikasi Antar Pribadi	76
G. Keterampilan Dasar Berkomunikasi	77
H. Teori-Teori Komunikasi Inter/Antarpersonal	79
I. Rangkuman	88
J. Latihan	89
<b>BAB VII TEORI KOMUNIKASI KELOMPOK</b>	91
A. Standar Kompetensi	91
B. Pengertian Komunikasi Kelompok	91
C. Fungsi Komunikasi Kelompok	92
D. Karakteristik Komunikasi Kelompok	92
E. Klasifikasi kelompok dan karakteristik komunikasinya	93
F. Teori-Teori Komunikasi Kelompok	95
G. Rangkuman	108
H. Latihan	109
<b>BAB VIII UJIAN TENGAH SEMESTER</b>	111
<b>BAB IX TEORI KOMUNIKASI MASSA</b>	113
A. Standar Kompetensi	113
B. Pengertian Komunikasi Massa	113
C. Unsur-unsur Komunikasi Massa	115
D. Ciri dan Karakteristik Komunikasi Massa	119
E. Fungsi Komunikasi Massa	121
F. Karakteristik Pesan Komunikasi Massa	122
G. Model Komunikasi Massa	125
H. Model-Model Efek Komunikasi Massa	129
I. Teori-Teori Komunikasi Massa	135
J. Rangkuman	147
K. Latihan	148
<b>BAB VIII TEORI KOMUNIKASI ORGANISASI</b>	149
A. Standar Kompetensi	149
B. Pengertian Komunikasi Organisasi	149
C. Karakteristik Komunikasi Organisasi	150
D. Jenis dan Proses Komunikasi Organisasi	151

E. Fungsi Komunikasi dalam Organisasi .....	153
F. Pendekatan dalam Komunikasi Organisasi.....	154
G. Teori-Teori Komunikasi Organisasi .....	158
H. Rangkuman .....	164
I. Latihan .....	165
<b>BAB XI TEORI KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA .....</b>	<b>166</b>
A. Standar Kompetensi .....	166
B. Pengertian Komunikasi Antar Budaya .....	166
C. Tujuan dan Fungsi Komunikasi Antar Budaya.....	168
D. Karakteristik Komunikasi Antar Budaya.....	169
E. Hambatan-Hambatan dalam Proses Komunikasi Antar Budaya .....	172
F. Teori-Teori Komunikasi Antar Budaya.....	174
G. Rangkuman .....	188
H. Latihan .....	189
<b>BAB XII TEORI KOMUNIKASI POLITIK .....</b>	<b>191</b>
A. Standar Kompetensi .....	191
B. Pengertian Komunikasi Politik .....	191
C. Proses Komunikasi Politik.....	193
D. Model Komunikasi Politik.....	195
E. Teori-Teori Komunikasi Politik.....	197
F. Rangkuman .....	205
G. Latihan .....	206
<b>BAB XIII TEORI KOMUNIKASI PEMBANGUNAN.....</b>	<b>207</b>
A. Standar Kompetensi .....	207
B. Pengertian Komunikasi Pembangunan .....	207
C. Peran dan Fungsi Komunikasi Pembangunan .....	210
D. Model Komunikasi Pembangunan.....	212
E. Studi Para Ahli Tentang Komunikasi Pembangunan .....	215
F. Pendekatan dalam Komunikasi Pembangunan .....	221
G. Teori-Teori Komunikasi Pembangunan.....	224
H. Rangkuman .....	229
I. Latihan .....	230
<b>BAB XIV GENDER DAN KOMUNIKASI .....</b>	<b>232</b>
A. Standar Kompetensi .....	232
B. Pengertian Gender.....	232
C. Teori-Teori Gender .....	235
D. Gender dan Komunikasi .....	239
E. Rangkuman .....	247
F. Latihan .....	247



<b>BAB XV AFLIKASI TEORI DAN MODEL</b>	
<b>PENELITIAN KOMUNIKASI</b> .....	249
A. Standar Kompetensi .....	249
B. Prolog .....	249
C. Analisis Isi .....	250
D. Analisis Wacana .....	254
E. Analisis Semiotik (Semiotic Analysis) .....	256
F. Analisis Framing .....	258
G. Analisa Kebijakan Redaktur .....	260
H. Analisa Korelasional .....	261
I. Rangkuman .....	265
J. Latihan .....	267
<b>BAB XVI UJIAN AKHIR SEMESTER</b> .....	268
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	270

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sebagai ilmu terapan, ilmu komunikasi mengalami perkembangan yang sangat pesat dibanding dengan ilmu-ilmu sosial lainnya. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya temuan-temuan ilmiah dari sejumlah penelitian-penelitian dan teori-teori yang berhasil dikembangkan oleh para ahli. Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terutama dalam bidang komunikasi massa, industrialisasi dan politik global, komunikasi menjadi topik yang semakin penting di abad ke-21 ini. Apalagi kehadiran internet dengan teknologi *cybernetic*-nya semakin mendinamisasi dan memperkaya bidang kajian komunikasi sebagai sebuah disiplin ilmu.

Dalam awal perkembangannya, studi dan kajian komunikasi dibangun atas perspektif yang berbeda antara Amerika Serikat dan Eropa. Studi di Amerika Serikat lebih mengedepankan nilai-nilai kuantitatif untuk mencapai hasil objektif. Sementara di Eropa, yang banyak dipengaruhi ajaran Marxis, cenderung menggunakan teori-teori kritis. Selain perbedaan perspektif antara studi komunikasi di Amerika dan Eropa, perbedaan cara pandang terhadap ilmu komunikasi juga muncul antara perspektif barat dan timur. Perspektif barat (dalam hal ini mencakup Eropa dan Amerika) cenderung individualis, memilih mengkaji bagian-bagian dari sebuah proses ketimbang melihatnya sebagai sebuah kesatuan yang utuh, dan memandang hubungan terbatas pada hubungan antar individu. Kontradiktif dengan barat, perspektif timur (wilayah Asia) cenderung mengedepankan nilai spiritual dan melibatkan emosi, memandang sebuah proses sebagai satu kesatuan utuh dan memaknai hubungan sebagai hubungan antara status dan peran dalam masyarakat.

Kehadiran para peneliti Timur berikut pemikirannya seolah menjadi semacam antitesa dan kritik terhadap pemikiran yang berkembang di Eropa dan Amerika. Secara garis besar pemikiran Timur menurut Kincaid, D. Lawrence (1987) memiliki ciri-ciri sebagai berikut: (1) Cenderung fokus pada hal yang menyeluruh, (2) Memandang outcome komunikasi adalah peristiwa-peristiwa yang

tidakterencana dan alamiah, (3) Menekankan pada peleburan emosional dan spiritual sebagai hasil keluaran komunikasi, (4) Memperhitungkan aspek intuisi yang mendalam dan akurat yang diperoleh dari pengalaman langsung, (5) Mengartikan hubungan lebih bersifat kompleks, terbentuk perlahan dari perbedaan-perbedaan posisi sosial, peran dan kekuasaan.

Secara rinci, Kincaid (1987) membedakan tradisi Timur dan Barat dengan matrik sebagaimana di bawah ini :

	<b>Timur</b>	<b>Barat</b>
1. Orientasi	· Keseluruhan; kesatuan	· Bagian per bagian
2. Acuan Nilai	· Kolektivitas	· Individualitas
3. Bahasa	· Non verbal	· Verbal
4. Relationship	· Sederhana	· Kompleks: melibatkan peranan, status dan kekuasaan

Perbedaan perspektif dengan lahirnya keragaman teori-teori komunikasi merefleksikan betapa kompleksnya komunikasi itu sendiri. Hal ini mengingatkan, komunikasi bukan hanya sekedar aktifitas pertukaran pesan, tapi lebih merasuk pada aspek-aspek kehidupan manusia yang lebih luas dan bersifat kompleks. Karenanya bisa dimaklumi bila para ahli dan peneliti memiliki perspektif dan sudut pandang yang berbeda-beda ketika mencermati dan menganalisis suatu fenomena komunikasi. Disamping itu, perbedaan cara pandang itu bisa jadi dikarenakan faktor keragaman bidang keilmuan yang melatari para ahli serta kondisi yang bersifat kontekstual dimana suatu peristiwa komunikasi berlangsung. Itu pula sebabnya, setiap teori komunikasi yang dikembangkan oleh tokohnya memiliki tingkat relatifitas dan subjektivitas yang tinggi, tergantung dari perspektif dan pendekatan yang digunakannya.

*Theories are maps of reality.* Teori adalah peta dari kenyataan atau realitas. Ibarat seseorang memasuki sebuah kawasan yang belum diketahui, maka ia memerlukan sebuah peta guna menghindari kemungkinan untuk tersesat di jalan. Secara sederhana itulah manfaat sebuah teori. Teori adalah sebuah panduan guna menapaki sebuah perjalanan, dalam hal ini perjalanan kita dalam mendalami ilmu komunikasi. Teori adalah pilar utama ilmu pengetahuan. Melalui teori, ilmu komunikasi menjadi terus hidup, dan terus berkembang, dalam sebuah siklus sirkuler yang

kontinu. Teori menciptakan pertanyaan atau permasalahan tentang suatu realitas. Dari suatu permasalahan kemudian memicu terjadinya berbagai macam penelitian atau observasi untuk mencari suatu jawaban dari pertanyaan atau permasalahan tersebut. Hasil dari observasi atau penelitian pada akhirnya mencetuskan suatu teori, yang pada nantinya teori ini dapat mengembangkan ilmu itu sendiri, dibantah, digugurkan, atau menciptakan berbagai pertanyaan atau permasalahan keilmuan yang lainnya.

Teori bukan sekedar sebuah penjelasan semata. Lebih dari itu teori merupakan sebuah cara pandang bagaimana melihat suatu fenomena, melihat realitas, dan bagaimana cara memahami realitas tersebut. Menurut Miller (2002), setidaknya ada 4 (empat) elemen dasar dari sebuah teori, yaitu : (1) *Philosophical assumption, or basic beliefs that underlie the theory*; (2) *Concept, or building blocks*; (3) *Explanations, or dynamic connections made by the theory*; (4) *Principles, or guidelines for actions*.

Teori memiliki asumsi filosofis. Artinya, tiap-tiap teori melihat suatu persoalan dalam sudut pandang filsafat tertentu. Dalam teori komunikasi, tiap teori komunikasi artinya memiliki penilaian filosofis tertentu terhadap satu fenomena komunikasi yang dibahasnya. Karenanya, bisa jadi satu fenomena yang sama dapat dilihat secara berbeda-beda tergantung bagaimana teori tersebut melihat dan dari sudut pandang filosofis yang digunakan. Teori memiliki konsep atau kerangka yang membangunnya. Satu teori pada dasarnya dibangun atas sejumlah konsep. Jika teori dilihat sebagai sebuah paragraf, maka konsep ini adalah kalimat yang dirangkai menjadi sebuah paragraf. Teori juga memiliki penjelasan. Maksudnya adalah, teori memiliki sejumlah konsep. Yang mana kemudian konsep-konsep tadi juga berperan untuk menjelaskan tentang apa-apa yang dimaksudkan di dalamnya. Teori oleh karenanya harus mampu untuk menjelaskan apa yang dimaksud oleh teori itu sendiri. Harus mampu untuk menjabarkan dirinya sendiri. Teori juga seringkali memiliki prinsip-prinsip atau semacam petunjuk bagaimana tata cara penerapan dari teori tersebut. Ini semacam 'petunjuk praktis' atau tuntutan bagaimana penerapan suatu teori pada praktik di lapangannya. Akan tetapi, tidak semua teori memiliki kaidah semacam ini.

Proses pengembangan dan pembentukan teori umumnya mengikuti model pendekatan eksperimental yang lazim dipergunakan dalam ilmu pengetahuan alam. Menurut pendekatan

ini, biasa disebut “*hypothetic-deductive methode*” (metode hipotetis-deduktif), proses pengembangan teori melibatkan empat tahap sebagai berikut:

1. *Development questions* (mengembangkan pertanyaan)
2. *Forming hypothetese* (membentuk hipotesis)
3. *Testing the hypothetese* (menguji hipotesis)
4. *Formulating theory* (memformulasikan teori)

Menurut De Vito (1997), ada beberapa patokan yang dapat dijadikan sebagai tolok ukur dalam mengevaluasi kesahihan teori:

*Pertama*, adalah “kecukupan teoritis” (*theoretical scope*). Yang menjadi pokok persoalan di sini adalah apakah suatu teori yang dibangun memiliki prinsip “*generality*” atau keberlakuan umum. Patokan *kedua*, adalah “kesesuaian” (*appropriateness*), yakni apakah isi teori sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan/permasalahan-permasalahan teoritis yang diteliti. *Ketiga* adalah “Heuristic”. Yang dipertanyakan adalah apakah suatu teori yang dibentuk punya potensi untuk menghasilkan penelitian atau teori-teori lainnya yang berkaitan. *Keempat*, Validitas (*validity*) atau konsistensi internal dan eksternal merupakan patokan yang keempat. Konsistensi internal mempersoalkan apakah konsep dan penjelasan teori konsisten dengan pengamatan. Sementara itu, konsistensi eksternal mempertanyakan apakah teori yang dibentuk didukung oleh teori-teori lainnya yang telah ada. Patokan *kelima* adalah “*parsimony*” (kesederhanaan). Inti pemikirannya adalah bahwa teori yang baik adalah teori yang berisikan penjelasan-penjelasan yang sederhana.

Mempelajari teori dalam dunia akademis sangatlah penting. Hal ini didasarkan beberapa alasan. Salah satunya merujuk pada pendapat Littlejohn dan Foss (2005) yang menyatakan bahwa terdapat 9 (sembilan) fungsi teori yang berguna dipelajari dalam kaitannya dengan kepentingan akademik, yakni sebagai berikut :

*Pertama*, Mengorganisasikan dan menyimpulkan pengetahuan tentang suatu hal. Ini berarti bahwa dalam mengamati realitas kita tidak boleh melakukan secara sepotong-sepotong. Kita

perlu mengorganisasikan dan mensintesis hal-hal yang terjadi dalam kehidupan nyata. Pola-pola dan hubungan-hubungan harus dapat dicari dan ditemukan. Pengetahuan yang diperoleh dari pola atau hubungan itu kemudian disimpulkan. Hasilnya (berupa teori) akan dapat dipakai sebagai rujukan atau dasar bagi upaya-upaya studi berikutnya.

*Kedua*, Memfokuskan. Teori pada dasarnya menjelaskan tentang sesuatu hal, bukan banyak hal.

*Ketiga*, Menjelaskan. Teori harus mampu membuat suatu penjelasan tentang hal yang diamatinya. Misalnya mampu menjelaskan pola-pola hubungan dan menginterpretasikan peristiwa-peristiwa tertentu.

*Keempat*, Pengamatan. Teori tidak sekedar memberi penjelasan, tapi juga memberikan petunjuk bagaimana cara mengamatinya, berupa konsep-konsep operasional yang akan dijadikan patokan ketika mengamati hal-hal rinci yang berkaitan dengan elaborasi teori.

*Kelima*, Membuat prediksi. Meskipun kejadian yang diamati berlaku pada masa lalu, namun berdasarkan data dan hasil pengamatan ini harus dibuat suatu perkiraan tentang keadaan yang bakal terjadi apabila hal-hal yang digambarkan oleh teori juga tercermin dalam kehidupan di masa sekarang. Fungsi prediksi ini terutama sekali penting bagi bidang-bidang kajian komunikasi terapan seperti persuasi dan perubahan sikap, komunikasi dalam organisasi, dinamika kelompok kecil, periklanan, public relations dan media massa.

*Keenam*, Fungsi heuristik atau heurisme. Artinya bahwa teori yang baik harus mampu merangsang penelitian selanjutnya. Hal ini dapat terjadi apabila konsep dan penjelasan teori cukup jelas dan operasional sehingga dapat dijadikan pegangan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

*Ketujuh*, Komunikasi. Teori tidak harus menjadi monopoli penciptanya. Teori harus dipublikasikan, didiskusikan dan terbuka terhadap kritikan-kritikan, yang memungkinkan untuk menyempurnakan teori. Dengan cara ini maka modifikasi dan upaya penyempurnaan teori akan dapat dilakukan.

*Kedelapan*, Fungsi kontrol yang bersifat normatif. Asumsi-asumsi teori dapat berkembang menjadi nilai-nilai atau norma-norma yang dipegang dalam kehidupan sehari-hari. Dengan kata lain, teori dapat berfungsi sebagai sarana pengendali atau pengontrol tingkah laku kehidupan manusia.

*Kesembilan*, Generatif. Fungsi ini

terutama menonjol di kalangan pendukung aliran interpretif dan kritis. Menurut aliran ini, teori juga berfungsi sebagai sarana perubahan sosial dan kultural serta sarana untuk menciptakan pola dan cara kehidupan manusia yang baru.

Selanjutnya, Littlejohn dan Foss (2005), mengungkapkan bahwa dalam proses penyelidikan komunikasi untuk memperoleh pengertian dan pengetahuan ada tiga tahap yang biasa dilakukan yakni:

- Mengajukan pertanyaan (*asking questions*) yang mencakup pertanyaan mengenai definisi mengenai konsep, pemahaman fakta, dan nilai estetis, pragmatis dan etik. Semua itu diarahkan untuk memperoleh jawaban sistematis dan sesuai fakta.
- Pengamatan (*observation*) sebagai menggunakan kerangka atau instrumen tertentu untuk memperoleh jawaban.
- Merumuskan jawaban (*constructing answers*) yang mencakup upaya mendefinisikan: menggambarkan, menjelaskan dan memberikan penilaian atau kesimpulan. Pada tahap ini dikenal istilah penyusunan teori.

Dalam konteks semacam itulah, pembelajaran dan pengetahuan tentang teori-teori komunikasi sangat bermanfaat dalam membantu dan memahami realitas komunikasi yang demikian kompleks. Pengetahuan tentang teori juga akan membantu memperluas persepsi dan sudut pandang serta akan membukakan mata kita secara objektif dalam melihat suatu fenomena komunikasi dalam kehidupan manusia sehari-hari. Seperti peta atau bagan, teori-teori komunikasi menyediakan alat pandang dalam melihat dan menemukan hal-hal baru. Hal yang tak kalah pentingnya lagi adalah bahwa pengetahuan yang lebih komprehensif tentang perbedaan-perbedaan teori komunikasi dapat menambah referensi dalam memahami seluk beluk dan dinamika komunikasi secara utuh.

## **B. Tujuan Pembelajaran**

Secara umum, pembelajaran mata kuliah teori komunikasi bertujuan untuk:

1. Memberikan pemahaman pada mahasiswa mengenai peta teori komunikasi dan tradisi yang dikembangkan dalam kajian teori-teori komunikasi.
2. Mengasah ketajaman analisis mahasiswa dalam mengamati dan memecahkan masalah-masalah sosial dan komunikasi dengan pendekatan teori komunikasi yang relevan.
3. Melatih ketrampilan mahasiswa dalam menulis karangan ilmiah dan/atau menyusun rancangan penelitian komunikasi sesuai dengan minat dan kecenderungannya dengan menggunakan teori-teori komunikasi yang tepat.

Sedangkan secara khusus, pembelajaran teori komunikasi bertujuan untuk :

1. Memberikan wawasan dan pengetahuan kepada mahasiswa tentang dasar-dasar teoretik komunikasi berkaitan dengan produksi, proses dan pengaruh dari sistem-sistem tanda dan lambang dalam konteks kehidupan manusia.
2. Menumbuhkan sikap kritis analitis mahasiswa dalam memetakan teori komunikasi berdasarkan perspektif objektif dan perspektif subjektif.
3. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang teori-teori dasar komunikasi sebagai bekal untuk mempelajari seluk beluk dan dinamika komunikasi yang menjadi core kajian pada prodi Ilmu Komunikasi.

## **C. Peta Konsep**

Pada pembahasan awal, pembahasan diarahkan pada pemahaman seputar tentang ruang lingkup komunikasi. Fokus kajian dititikberatkan pada pemahaman tentang aksioma komunikasi dan seluk beluk komunikasi. Pemahaman tentang aksioma komunikasi



dan seluk beluk komunikasi sangat penting sebagai bahan untuk mengetahui dan mempelajari dinamika komunikasi manusia sekaligus sebagai bahan analisis untuk memasuki kajian teori komunikasi yang lebih mendetail. Selanjutnya, pembahasan dikembangkan pada pemahaman soal paradigma, teori dan model-model komunikasi. Dalam pembahasan ini, orientasi materi diarahkan pada pengetahuan dasar tentang landasan paradigmatis dari komunikasi berikut pengenalan mengenai pengertian, fungsi dan kegunaan teori dalam studi komunikasi. Pembahasan dilengkapi dengan penjelasan seputar model-model komunikasi baik yang bermedia maupun yang tidak bermedia.

Pada pembahasan berikutnya, dikaji juga mengenai tradisi yang melandasi perkembangan dalam teori-teori komunikasi beserta varian-varianannya. Hal ini penting untuk membantu pemahaman mahasiswa dalam memudahkan proses kategorisasi sejumlah teori-teori yang ada berdasarkan tradisinya. Selanjutnya pembahasan dikembangkan pada pemilahan dan pembedaan teori-teori komunikasi berdasarkan pendekatan subjektif-objektif. Pembahasan ini dipandang penting sebagai bekal dan bahan bagi mahasiswa dalam mempersiapkan diri untuk merancang penelitian dalam proses penyelesaian tugas akhir.

Sedangkan pada bab-bab selanjutnya, pembahasan dioreintasikan pada pengenalan sejumlah teori-teori komunikasi berdasarkan pada konteksnya. Disini dijelaskan beberapa macam teori dari sejumlah tokoh utama berikut asumsi-asumsi dasarnya. Teori-teori komunikasi berdasarkan konteksnya meliputi : teori komunikasi intrapersonal, teori komunikasi inter/antarpersonal, teori komunikasi komunikasi kelompok, teori komunikasi komunikasi massa, teori komunikasi komunikasi organisasi, teori komunikasi komunikasi antar budaya, teori komunikasi politik sampai pada penjelasan bagaimana aplikasi suatu teori dalam kegiatan penelitian komunikasi.

Secara teknis, pembahasan dalam tiap-tiap bab maupun dalam penjelasan tentang teori-teori komunikasi disertai beberapa contoh atau kasus yang bersifat aktual untuk lebih memudahkan dalam

memahami cara kerja suatu teori. Sebab, memahami suatu teori tanpa disertai dengan contoh-contoh yang akurat akan berpotensi melahirkan bias pemahaman tentang teori itu sendiri.

## BAB II

### MANUSIA DAN KOMUNIKASI

#### A. Standar Kompetensi

1. Mahasiswa dapat memahami dasar-dasar aksioma komunikasi manusia.
2. Mahasiswa dapat memahami komunikasi sebagai suatu proses bentukan sosial budaya dan politik.
3. Mahasiswa dapat memahami perbedaan macam-macam dan jenis komunikasi.
4. Mahasiswa dapat memahami hambatan-hambatan dalam proses komunikasi.

#### B. Aksioma Komunikasi

Aksioma komunikasi adalah suatu pernyataan tentang komunikasi yang diterima sebagai kebenaran dan bersifat umum, tanpa memerlukan proses pembuktian. Aksioma ini menjadi semacam kebenaran umum yang diakui oleh berbagai kalangan kendatipun tidak melewati proses pengujian dan pembuktian ilmiah. Itulah sebab, dalam studi komunikasi, pernyataan-pernyataan umum yang dianggap sebagai “sebuah kebenaran” lazim dikenal dengan istilah aksioma komunikasi. Dalam hal ini ada beberapa aksioma komunikasi yang layak untuk diketahui, yaitu :

#### **Aksioma Pertama : Manusia pasti dalam hidupnya berkomunikasi.**

Aksioma ini memberikan suatu isyarat bahwa sepanjang manusia hidup tidak bisa lepas dari kegiatan komunikasi sejak bangun tidur sampai menjelang tidur lagi, baik komunikasi secara verbal maupun komunikasi nonverbal. Bahkan, bisa dibilang hampir 90% lebih kegiatan manusia tidak bisa dilepaskan dari kegiatan komunikasi. Dari mulai berbicara, gerak isyarat, anggukan kepala sampai pada kedipan mata, sesungguhnya semua itu dapat dikatakan sebagai kegiatan komunikasi. Oleh karena itu, komunikasi menjadi semacam *conditio sine qua none* dalam kehidupan manusia sepanjang hidupnya masih terkandung di badan.

**Aksioma Kedua : Setiap interaksi memiliki dimensi isi dan hubungan.**

Interaksi yang terjadi diantara manusia pada dasarnya menunjukkan adanya kandungan isi dan kekuatan hubungan diantara pihak-pihak yang terlibat. Dalam beberapa aspek, kandungan isi komunikasi sangat ditentukan oleh seberapa kuat hubungan diantara komunikator dan komunikan. Semakin dekat dan akrab hubungan yang terjalin diantara keduanya, isi komunikasi akan lebih cair dan proses interaksi relatif berjalan secara alamiah. Bahkan *feedback* dan efek yang dihasilkan dari proses komunikasi itu akan cepat diketahui oleh kedua belah pihak. Sebaliknya semakin jauh dan lemah hubungan diantara keduanya, isi komunikasi lebih bersifat formal sehingga *feedback* dan efek komunikasi yang dihasilkannya pun relatif lebih lambat.

**Aksioma Ketiga : Interaksi manusia terjadi karena adanya stimulus-respon.**

Pada dasarnya orang berbicara atau diam, bersikap atau tidak bersikap, bertindak atau tidak bertindak lebih menunjukkan adanya proses dinamis antara stimulus-respon diantara pihak-pihak yang terlibat. Orang akan merespon (walaupun dengan diam dan anggukan kepala) ketika mendapatkan stimulus dari lawan interaksinya. Begitulah seterusnya. Dengan kata lain, peristiwa interaksi manusia selalu diwarnai oleh pertukaran stimulus-respon yang bersifat dinamis dari komunikator dan komunikan.

**Aksioma Keempat : Setiapinteraksimenunjukkan proses pertukaran makna.**

Komunikasi pada dasarnya merupakan proses pertukaran dari simbol-simbol yang mengandung makna. Simbol-simbol itu bisa berupa bahasa, *gesture* (gerak tubuh) tubuh, baju, warna dan lain sebagainya. Dengan kata lain, interaksi antar manusia menggambarkan bagaimana para pelaku interaksi saling berbagi dalam mengirim dan menerima simbol yang mengandung makna sebagai pesan komunikasi. Dalam konteks ini, setiap pelaku akan menafsirkan simbol/makna yang diterimanya sesuai dengan *frame of reference* dan *field of experience*. Selanjutnya hasil pemaknaan itu

akan ditransformasikan lagi melalui bentuk pesan kepada pengirim atau lawan interaksinya.

### **Aksioma Kelima : Hubungan manusia bersifat dinamis dan komplementer.**

Dalam proses interaksi, hubungan diantara manusia seringkali diwarnai oleh kondisi yang secara fluktuatif menunjukkan adanya pasang surut, kadang dekat, kadang menjauh. Kadang mesra dan harmonis, kadang juga diwarnai friksi dan konflik. Dengan kata lain, komunikasi merupakan proses yang dinamis dan secara konstan senantiasa berubah sesuai dengan situasi yang berlaku. Disamping itu, interaksi yang dibangun oleh manusia juga sesungguhnya dimaknai sebagai upaya untuk saling melengkapi dan mengisi antara satu sama lain.

### **C. Komunikasi Sebagai Proses Sosial, Budaya dan Politik**

Pergaulan hidup antara manusia dengan lingkungan merupakan faktor utama dalam membentuk kepribadian dan perkembangan jiwa manusia. Sebab, manusia tidak akan mengalami perkembangan fisik dan psikis yang baik jika ia mengasingkan diri dari masyarakat sekitarnya. Pertanyaannya kemudian, apakah komunikasi yang dilakukan manusia menentukan masyarakat atau sebaliknya?

Menurut Berger (1987), hubungan antara manusia dengan masyarakat berlangsung secara dialektis dalam tiga momen, yaitu:

**Pertama**, *eksternalisasi*, ialah suatu pencurahan kehirupan dunia, baik dalam aktivitas maupun mentalitas. Melalui *eksternalisasi* manusia mengekspresikan dirinya dengan membangun dunianya. **Kedua**, *objektivasi*, ialah disandangkannya produk-produk aktivitas (baik fisik maupun mental) suatu realitas yang berhadapan dengan produsennya (dalam hal ini manusia itu sendiri) dalam suatu kefaktan (faktisasi) yang eksternal terhadap yang lain, daripada produsennya sendiri. **Ketiga**, *internalisasi*, peresapan kembali realitas oleh manusia dan mentransformasikannya sekali lagi struktur-struktur dunia objektif ke dalam struktur-struktur kesadaran subjektif.

Dengan kata lain, melalui *Eksternalisasi* masyarakat adalah produk manusia (menjadi kenyataan yang diciptakan manusia); melalui *Objektivasi* masyarakat menjadi kenyataan sendiri yang berhadapan dengan manusia; melalui *Internalisasi* manusia merupakan produk masyarakat (menjadi kenyataan yang dibentuk masyarakat). Dalam hubungannya dengan proses sosial, komunikasi menjadi sebuah cara dalam melakukan perubahan sosial. Komunikasi berperan menjembatani perbedaan dalam masyarakat karena mampu merekatkan kembali sistem sosial masyarakat dalam usahanya melakukan perubahan. Namun demikian, komunikasi juga tidak bisa lepas dari konteks sosialnya, karena ia akan diwarnai oleh sikap, perilaku, norma, pranata masyarakatnya. Jadi keduanya saling mempengaruhi dan saling melengkapi, seperti halnya hubungan antara manusia dengan masyarakat yang dikemukakan Berger.

Terdapat hasil pengamatan oleh Goran Hedebro terkait hubungan antara perubahan sosial dengan komunikasi atau media komunikasi, yakni sebagai berikut: (1) Tidak ada perubahan dalam masyarakat tanpa peran komunikasi; (2) Meskipun dikatakan bahwa komunikasi hadir dengan tujuan membawa perubahan, namun ia bukan satu-satunya alat yang dapat membawa perubahan sosial; (3) Media yang digunakan dalam komunikasi berperan melegitimasi bangunan sosial yang ada; (4) Komunikasi adalah alat yang luar biasa guna mengawasi salah satu kekuatan penting masyarakat; konsepsi mental yang membentuk wawasan orang mengenai kehidupan.

Terdapat beberapa fungsi dari komunikasi sebagai proses sosial di masyarakat, yakni sebagai berikut: (1) Komunikasi menghubungkan antar berbagai komponen masyarakat. Komponen di sini meliputi individu, masyarakat, lembaga sosial, asosiasi, stratifikasi sosial, organisasi desa, dan lain-lain. (2) Komunikasi membuka peradaban baru manusia. Seperti peradaban negara barat yang menjadi maju dalam ilmu pengetahuan. (3) Komunikasi adalah manifestasi kontrol sosial dalam masyarakat (4) Komunikasi berperan dalam sosialisasi nilai ke masyarakat; dan (5) Ketika individu bersosialisasi dengan orang lain, maka ia menunjukkan jati diri kemanusiaannya.

Sedangkan komunikasi sebagai proses budaya, Terdapat asumsi dasar dalam hal ini, yakni komunikasi merupakan suatu proses budaya. Maksudnya, komunikasi yang ditujukan pada orang atau kelompok lain tak lain adalah sebuah pertukaran kebudayaan.

Dalam suatu proses komunikasi antarbudaya, bahasa merupakan salah satu unsur yang terkandung di dalamnya. Oleh karena itu, komunikasi juga disebut sebagai proses budaya. Guna mengkaji lebih jauh tentang komunikasi sebagai proses budaya, perlu dipahami terlebih dahulu tentang pengertian budaya atau kebudayaan. Kebudayaan adalah keseluruhan gagasan dan karya manusia yang harus dibiasakannya dengan belajar, beserta keseluruhan dari hasil budi dan karyanya.

Kebudayaan bukan hanya sekedar konsep, ia juga mempunyai wujud sebagai berikut: (1) wujud sebagai suatu kompleks gagasan, konsep dan pikiran manusia; (2) wujud sebagai suatu kompleks aktivitas; (3) wujud sebagai benda. Kebudayaan merupakan perangkai individu-individu, karenanya manusia tidak akan bisa berbudaya jika tak ada rangkaian dengan manusia lainnya. Dengan demikian, kebudayaan juga merupakan aktivitas komunal antarmanusia. Komunikasi adalah salah satu wujud kebudayaan. Sebab, komunikasi hanya bisa terwujud setelah sebelumnya ada suatu gagasan yang akan dikeluarkan oleh pikiran individu. Oleh karena itu, komunikasi bisa disebut sebagai proses budaya yang ada dalam masyarakat.

Berikut tinjauan lebih konkret, hubungan antara komunikasi dengan isi kebudayaan:

1. Dalam mempraktikkan komunikasi manusia membutuhkan peralatan-peralatan tertentu. Misalnya, untuk berbicara manusia membutuhkan bibir, dan hal-hal yang berkaitan dengan bunyi ujarannya.
2. Komunikasi menghasilkan mata pencaharian hidup manusia. Misalnya, komunikasi yang dilakukan lewat televisi, mampu memberi penghasilan pada pekerja televisi tersebut.
3. Sistem kemasyarakatan menjadi bagian tak terpisahkan dari komunikasi. Misalnya, sistem hukum Indonesia.
4. Komunikasi akan menggunakan bentuknya secara lebih baik manakala menggunakan bahasa sebagai alat penyampaian pesan kepada orang lain.
5. Sistem pengetahuan atau ilmu pengetahuan merupakan substansi yang tak lepas dari komunikasi. Sebab, komunikasi tidak akan berlangsung menarik tanpa ada dukungan ilmu pengetahuan.

Komunikasi sebagai proses budaya tak bisa dipungkiri menjadi objektivasi antara budaya dengan komunikasi. Proses ini meliputi peran dan pengaruh komunikasi dalam proses budaya.

Dalam aspek politik, peran komunikasi dalam politik sangatlah penting. Karena, tanpanya komponen infrastruktur dan suprastruktur mengalami keterputusan hubungan sehingga mekanisme yang seharusnya dijalankan tidak bisa berkembang secara dinamis. Satu contoh, ketika tidak terjadi komunikasi antara eksekutif dengan legislatif, atau tidak adanya komunikasi antara pemerintah dengan rakyatnya. Berbagai macam kebijakan negara tidak akan tersosialisasikan dan terlaksana dengan baik. Begitu juga berbagai bentuk keterlibatan rakyat dalam politik akan mengalami hambatan. Dengan komunikasi sebagai proses politik, berbagai tatanan politik yang tidak sesuai dengan tuntutan masyarakat akan berubah. Misalnya, tradisionalisme. Berbagai adopsi dari luar juga tidak akan mudah diterima begitu saja dan suatu saat akan mengalami kegagalan seandainya bertentangan dengan tradisi yang sudah ada.

Dengan demikian, komunikasi ibarat aliran darah yang mengalirkan pesan politik berupa tuntutan, protes, dan dukungan (aspirasi dan kepentingan) ke jantung (pusat) pemrosesan sistem politik. Dan hasil pemrosesan itu dilahirkan kembali oleh komunikasi politik yang selanjutnya menjadi *feedback* sistem politik. Berikut beberapa catatan penting yang bisa ditarik dari komunikasi sebagai proses politik:

1. Komunikasi memiliki peran signifikan dalam menentukan proses perubahan politik di suatu negara.
2. Ketika penafsiran suatu hal terdapat dalam pihak penguasa, maka akan memunculkan hegemoni komunikasi dan pola komunikasi yang memunculkan sikap indoktrinatif.
3. Masih diwujudkannya tradisi politik yang mementingkan keseimbangan, harmoni, dan keserasian. Namun dalam kenyataannya justru tradisi tersebut dijadikan alat legitimasi politik penguasa atas nama stabilitas.
4. Sebagai proses politik, komunikasi menjadi alat yang mampu mengalirkan pesan politik (tuntutan dan dukungan) ke pusat kekuasaan untuk diproses. Proses tersebut kemudian dikeluarkan kembali dan selanjutnya menjadi umpan balik (*feedback*). Ini artinya komunikasi sebagai proses politik adalah aktivitas tanpa henti.



## **D. Macam-macam atau Jenis Komunikasi**

Secara umum, jenis komunikasi di bagi ke dalam 2, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal.

### **a. Komunikasi Verbal**

*Verbal communication* merupakan salah satu bentuk komunikasi yang disampaikan kepada pihak lain melalui tulisan atau lisan (Djoko Purwanto;1997). Seperti contoh berbicara dengan orang lain, menelepon kawan, presentasi makalah, membacakan puisi, membaca surat kabar, mendengarkan radio dan menonton televisi. Komunikasi verbal walaupun lebih kecil persentase keberhasilannya -bahkan menurut Ross hanya 35 persen- dibanding komunikasi nonverbal, tetaplah dibutuhkan karena ada beberapa situasi yang tidak bisa disampaikan komunikasi kita secara nonverbal. Melalui komunikasi ini diharapkan orang akan memahami apa yang disampaikan komunikator secara apa adanya. Komunikasi diharapkan membaca atau mendengar apa yang dikatakan.

### **b. Komunikasi Nonverbal**

Bentuk komunikasi nonverbal adalah bentuk komunikasi yang memiliki sifat kurang terstruktur sehingga sulit untuk dipelajari. Apalagi perbedaan daerah, pendidikan, ruang lingkup sosial akan mempunyai latar belakang yang berbeda, bisa menyebabkan penafsiran atas sesuatu yang tidak sama pula sehingga pemahaman akan komunikasi nonverbal tetaplah merupakan suatu kondisi yang harus dipelajari. Pentingnya komunikasi nonverbal antarlain:

1. Penyampaian pesan yang didasarkan akan perasaan dan emosi akan sangat kelihatan alami
2. Dengan memperhatikan isyarat nonverbal seseorang dapat mendeteksi atau menegaskan kejujuran pembicara
3. Bersifat efisien

Macam Komunikasi nonverbal:

- \* Isyarat
- \* Simbol
- \* Warna
- \* Gesture
- \* Mimik muka
- \* Intonas isuara, dan sebagainya.

Sementara tujuan komunikasi nonverbal adalah:

1. Memberi informasi
2. Mengatur alur percakapan
3. Ekspresi emosi
4. Memberi sifat, melengkapi pesan-pesan verbal
5. Mempengaruhi orang lain
6. Mempermudah tugas-tugas khusus

## E. Komunikasi Efektif

Berbicara tentang komunikasi efektif, Habermas (1973) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan interaksi yang diantarkan secara simbolis, menurut bahasa dan mengikuti norma-norma. Bahasa harus dapat dimengerti, benar, jujur dan tepat. Keberlakuan norma-norma itu hanya dapat dijamin melalui kesepakatan dan pengakuan bersama bahwa kita terikat olehnya. Interaksi komunikasi mengembangkan kepribadian orang, melalui internalisasi peran-peran sosial. Komunikasi yang salah diganjar sanksi.

Sebelumnya Habermas menjelaskan bahwa di dalam komunikasi itu, para partisipan membuat lawan bicaranya memahami maksudnya dengan berusaha mencapai apa yang disebutnya. “klaim-klaim kesahihan (*validity claims*), yang terdiri atas :

1. Klaim kebenaran ( *truth* ), ini akan tercapai apabila masing-masing diri kita dapat bersepakat tentang dunia alamiah dan obyektif,
2. Klaim Ketepatan (*rightness*), ini akan tercapai kalau sepakat tentang pelaksanaan norma-norma dalam dunia sosial,
3. Klaim otentitas atau kejujuran (*sincerety*), akan tercapai kalau sepakat tentang kesesuaian antara dunia batiniah dan ekspresi seseorang,
4. Klaim comprehensibilitas (*comprehensibility*) akan tercapai jika kita dapat menjelaskan macam-macam klaim itu dan mencapai kesepakatan atasnya.

Setiap komunikasi yang efektif perlu mencapai klaim-klaim tersebut, dan orang-orang yang mampu berkomunikasi dalam arti

menghasilkan klaim-klaim itu, disebutnya memiliki “kompetensi komunikatif”. Masyarakat komunikatif adalah masyarakat yang melakukan kritik melalui argumentasi. Klaim-klaim di atas oleh Habermas dipandang sebagai rasional dan akan diterima tanpa paksaan sebagai hasil konsensus.

Montgomery (1983), menyatakan bahwa faktor penting dalam komunikasi efektif tidak hanya terfokus pada berbicara atau penyampaian pesan yang efektif, tetapi juga mendengarkan yang efektif. Dalam model komunikasi convergen semua pihak yang terlibat akan melakukan tukar pikiran menuju pemahaman bersama, disini berbicara dan mendengar jelas sama-sama pentingnya. Inilah sisi penting belajar mendengarkan yang efektif. Seperti halnya di dalam hidup, dalam komunikasi pun berbicara dan mendengarkan hendaknya didudukkan dalam posisi yang seimbang. Banyak faktor atau kondisi (moment) yang memungkinkan kapan seseorang berbicara dan kapan seseorang mendengarkan secara efektif.

Mengacu pada substansi dasar komunikasi yang dikemukakan oleh Berlo (1960), Rogers dan Shoemaker (1996), bahwa faktor-faktor yang menentukan efektivitas komunikasi adalah sebagai berikut :

**Pertama**, sumber (*source*), yang harus diperhatikan dalam hal ini meliputi ketrampilan berkomunikasi, sikap terhadap diri sendiri, sikap terhadap materi, sikap terhadap pelaku yang lain, pengetahuan tentang partner atau pelaku lain, media komunikasi, metode pendekatan (perorangan, kelompok, massal), informasi dan pengetahuan antara semua pihak yang terlibat dalam komunikasi, dan sistem sosial budaya. **Kedua**, isi pesan / informasi, yang harus diperhatikan terdiri dari : kode, kelengkapan pesan, dan pengaturan atau *treatment*. **Ketiga**, media atau saluran, yang harus diperhatikan terdiri dari : kesesuaian dengan kebutuhan dan kepentingan semua pelaku, sesuai dengan metode yang digunakan, memungkinkan dikuasai oleh komunikan, dan sebagainya.

## **F. Hambatan-Hambatan dalam Proses Komunikasi**

Dalam pelaksanaan berkomunikasi baik verbal maupun nonverbal seringkali tidak semua pesan dapat diterima dan dimengerti dengan baik. Hal ini disebabkan oleh adanya faktor

penghambat komunikasi antara pengirim dan penerima pesan. Beberapa faktor penghambat dalam proses komunikasi adalah:

1. Masalah dalam mengembangkan pesan dikarenakan munculnya keragu-raguan tentang isi pesan, kurang terbiasa dengan situasi yang ada atau dengan orang yang akan menerima. Disamping itu, dimungkin juga adanya pertentangan emosi, atau kesulitan dalam mengekspresikan ide atau gagasan.
2. Masalah media sebagai alat dalam proses penyampaian pesan.
3. Masalah dalam menerima pesan dapat terdeteksi seperti ipersaingan antara penglihatan dengan pendengaran/suara, suasana yang tidak nyaman, lampu yang mengganggu, konsentrasi yang tidak terpusat.
4. Masalah dalam menafsirkan pesan dipengaruhi oleh perbedaan latar belakang, penafsiran makna, perbedaan reaksi emosional dan lain sebagainya.

## **G. Rangkuman**

Komunikasi merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia. Sebab, tanpa komunikasi manusia tidak akan berkembang dan mengenal satu sama lain. Komunikasi pada dasarnya merupakan proses pertukaran simbol yang mengandung makna, yang dengan simbol itu manusia saling berbagi dalam mengirim dan menerima pesan. Secara umum, jenis komunikasi terdiri atas komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Keduanya selalu digunakan dalam setiap proses interaksi diantara manusia. Komunikasi efektif adalah komunikasi yang menghasilkan efek yang sesuai dengan tujuan komunikasi itu sendiri. Dalam kaitan ini, faktor simbol, media, situasi dan kondisi sangat menentukan keberhasilan komunikasi. Dalam proses pertukaran pesan, komunikasi tidak selalu berjalan mulus atau sesuai dengan apa yang diharapkan. Dalam konteks ini, proses komunikasi selalu dihadapkan pada sejumlah faktor yang seringkali menghambat jalannya proses komunikasi. Hambatan atau gangguan komunikasi itu bisa berupa fisik, psikis, semantik, media dan lain sebagainya.

## H. Latihan

1. Apa yang Anda ketahui tentang aksioma komunikasi? Apa saja aksioma komunikasi itu?
2. Apa tujuan dan fungsi komunikasi bagi manusia?
3. Apa yang Anda ketahui dari “masyarakat *well informed*”? Bagaimana langkah atau usaha untuk mewujudkannya?
4. Apa yang dimaksud dengan pertukaran komunikasi itu bersifat simetrik dan komplementer? Jelaskan berikut contohnya.
5. Komunikasi menghasilkan budaya, begitupun sebaliknya bahwa proses komunikasi banyak dibentuk oleh faktor budaya. Jelaskan secara logis berikut ilustrasi yang mendukung pendapat Saudara.
6. Dinamika komunikasi di suatu negara banyak ditentukan oleh faktor politik, bagaimana halnya dengan komunikasi di Indonesia? Jelaskan pula produk politik (undang-undang) yang dianggap ikut membentuk dan mewarnai proses komunikasi di Indonesia.
7. Dalam proses komunikasi dikenal ada istilah *frame of reference* dan *field of experience*. Apa yang Anda ketahui dari kedua istilah tersebut? Jelaskan berikut contohnya.
8. Apa kelebihan dan kekurangan komunikasi verbal dan nonverbal?
9. Apa yang menjadi ciri bahwa suatu proses komunikasi disebut efektif?
10. Faktor-faktor apa saja yang menghambat proses komunikasi? Bagaimana pula solusinya?

## **BAB III**

### **KONTEKS & PRINSIP KOMUNIKASI**

#### **A. Standar Kompetensi**

1. Mahasiswa dapat memahami konteks-konteks komunikasi dan teori-teori yang mendasarinya.
2. Mahasiswa dapat menganalisis peristiwa-peristiwa komunikasi berdasarkan konteksnya.
3. Mahasiswa dapat menguasai ketrampilan berkomunikasi dengan mempertimbangkan konteks berlangsungnya kegiatan komunikasi.

#### **B. Keserbawajahan Komunikasi**

Komunikasi manusia merupakan fenomena unik dan menarik. Dikatakan demikian, karena dalam proses komunikasi bukan hanya sekedar pertukaran makna dalam hal menyampaikan dan menerima pesan, tapi terkait dengan aspek-aspek lain di luar komunikasi yang secara langsung atau tidak langsung ikut mewarnai dan mempengaruhi efektifitas dan efisiensi komunikasi. Aspek-aspek itu bisa berupa latar belakang sosial budaya, pendidikan, agama, emosi, media yang digunakan, situasi dan lingkungan, dan lain sebagainya. Itulah sebabnya, komunikasi manusia merupakan sesuatu yang kompleks sehingga dalam hal-hal tertentu sulit diprediksi dan diukur.

Dalam proses komunikasi, orang berperan bukan hanya sebagai pemberi dan penerima pesan, tapi lebih dari itu terkait pula dengan pergantian dan perubahan peran yang dimainkannya. Dalam arti, peran yang dijalankan oleh seseorang dimungkinkan dapat berubah seiring dengan perubahan karena faktor situasi dan lingkungan, yang perubahan itu sendiri secara langsung ataupun tidak langsung ikut membentuk dan mempengaruhi cara dia berkomunikasi. Sebagai ilustrasi, si Badu adalah mahasiswa ketika di kelas atau di kampus, maka dia akan berperilaku dan bergaya serta berkomunikasi sebagaimana mahasiswa pada umumnya. Tetapi ketika dia masuk rumah sakit, status si Badu menjadi berubah dengan sebutan “pasien”, yang kemudian peran dan cara komunikasinya pun berbeda ketika dia sebagai mahasiswa.

Begitupun ketika si melakukan kesalahan sehingga harus di sidang di pengadilan, status diapun berubah lagi menjadi “terdakwa”, dan begitu seterusnya.

Perbedaan atau perubahan status dan peran seperti yang dicontohkan di atas hanya merupakan suatu gambaran bagaimana proses komunikasi yang dilakukan oleh seseorang bisa berubah dari satu situasi ke situasi lainnya. Inilah yang dinamakan dengan “keserbawajahan komunikasi”.

### C. Konteks Komunikasi

Komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa-sosial, melainkan dalam konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks disini berarti semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi, yang terdiri atas: *Pertama*, aspek bersifat fisik seperti iklim, cuaca, suhu udara, bentuk ruangan, warna dinding, penataan tempat duduk, jumlah peserta komunikasi, dan alat yang tersedia untuk menyampaikan pesan; *Kedua*, aspek psikologis, seperti: sikap, kecenderungan, prasangka, dan emosi para peserta komunikasi; *Ketiga*, aspek sosial, seperti: norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya; dan *Keempat*, aspek waktu, yakni kapan berkomunikasi (hari apa, jam berapa, pagi, siang, sore, malam). (Iman Suryaman, 2011).

Menurut West dan Turner (dalam Komunikasikita.com) mendefinisikan **konteks komunikasi adalah** lingkungan atau situasi dimana komunikasi sedang terjadi. Banyak pakar komunikasi mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya. Sebagaimana juga definisi komunikasi, konteks komunikasi ini diuraikan secara berlainan. Istilah-istilah lain juga digunakan untuk merujuk pada konteks (context) yang lazim, situasi (situation), keadaan (setting), arena, jenis (kind), cara (mode), pertemuan (encounter), dan kategori. Menurut Verderber misalnya, konteks komunikasi terdiri dari: konteks fisik, konteks sosial, konteks historis, konteks psikologis, dan konteks kultural.

Berdasarkan konteks atau tingkatan analisisnya, teori-teori komunikasi secara umum dapat dibagi dalam lima konteks atau tingkatan, sebagaimana yang dikutip dalam Sendjaja (2005).

1. *Intrapersonal Communication* adalah proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang melalui system syaraf dan inderanya. Teori komunikasi intrapribadi umumnya

membahas mengenai proses pemahaman, ingatan, dan interpretasi terhadap symbol-simbol yang ditangkap melalui panca indera.

2. *Interpersonal Communication* atau komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar perorangan dan bersifat pribadi, baik yang terjadi secara langsung (tanpa medium) ataupun tidak langsung (melalui medium). Kegiatan-kegiatan seperti percakapan tatap muka (*face to face communication*), percakapan melalui telepon, surat-menyurat pribadi merupakan contoh-contoh komunikasi antarpribadi. Teori-teori komunikasi antarpribadi umumnya memfokuskan pengamatannya pada bentuk-bentuk dan sifat hubungan (*relationship*), percakapan (*discourse*), interaksi, dan karakteristik komunikator.
3. Komunikasi Kelompok (*group communication*) memfokuskan pembahasannya pada interaksi di antara orang-orang dalam kelompok-kelompok kecil. Komunikasi kelompok juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Teori-teori komunikasi kelompok antara lain membahas tentang dinamika kelompok, efisiensi dan efektifitas penyampaian informasi dalam kelompok, pola dan bentuk informasi, serta pembuatan keputusan.
4. Komunikasi Organisasi (*organizational communication*) menunjuk pada pola dan bentuk komunikasi yang terjadi dalam konteks dan jaringan organisasi. Komunikasi organisasi melibatkan bentuk-bentuk komunikasi formal dan informal, serta bentuk-bentuk komunikasi antarpribadi dan komunikasi kelompok. Pembahasan teori-teori komunikasi organisasi antara lain menyangkut struktur dan fungsi organisasi, hubungan antar manusia, komunikasi dan proses pengorganisasian, serta kebudayaan organisasi.
5. Komunikasi Massa (*mass communication*) adalah komunikasi melalui media massa yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang besar. Proses komunikasi massa melibatkan aspek-aspek komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi. Teori-teori komunikasi massa umumnya memfokuskan perhatiannya pada hal-hal yang menyangkut struktur media, hubungan media dengan



masyarakat, hubungan antara media dan khalayak, aspek-aspek budaya dari komunikasi massa, serta dampak atau hasil komunikasi massa terhadap individu.

Sementara itu, Moss dan Tubbs (2000), menjelaskan konteks komunikasi menjadi 6 (enam) konteks dengan menambahkan konteks komunikasi publik, yaitu :

1. **Intrapersonal Communication** adalah proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang melalui system syaraf dan inderanya. Teori komunikasi intrapribadi umumnya membahas mengenai proses pemahaman, ingatan, dan interpretasi terhadap symbol-simbol yang ditangkap melalui panca indera. dan bisa juga di artikan yaitu komunikasi dengan diri sendiri. Komunikasi intrapersonal ini merupakan landasan dari komunikasi antarpersonal karena sebelum kita berkomunikasi dengan orang lain kita telah terlebih dahulu berkomunikasi dengan diri sendiri. Komunikasi ini bisa terjadi karena kita mempresepsi dan memastikan makna pesan dari orang lain.
2. **Interpersonal Communication** atau komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar perorangan dan bersifat pribadi, baik yang terjadi secara langsung (tanpa medium) ataupun tidak langsung (melalui medium). Kegiatan-kegiatan seperti percakapan tatap muka (face to face communication), percakapan melalui telepon, surat-menyurat pribadi merupakan contoh-contoh komunikasi antarpribadi. Teori-teori komunikasi antarpribadi umumnya memfokuskan pengamatannya pada bentuk-bentuk dan sifat hubungan (*relationship*), percakapan (*discourse*), interaksi, dan karakteristik komunikator.
3. **Komunikasi Kelompok**. Konteks komunikasi ini menurut Tubbs dan Moss diartikan sebagai proses pertukaran verbal dan nonverbal antara tiga orang atau lebih anggota kelompok yang bertujuan untuk saling mempengaruhi. Komunikasi kelompok merupakan komunikasi insani yang meliputi beberapa orang. Efektifitas dari komunikasi kelompok tergantung dari kesadaran peran moral yang tinggi, meskipun system

terpusat lebih efisien. Dan fungsi-fungsi kepemimpinan lebih dianjurkan dari pada analisis system kepemimpinan. Cara membuat kelompok yang efektif yaitu dengan penggunaan agenda yang paling menghemat waktu dan sumber dayamasing-masing. Meskipun fleksibilitas peranan merupakan sesuatu yang menyenangkan, kebanyakan orang menasirkan peranan secara sempit. Mereka hanya melaksanakan sedikit perilaku dan fungsi keanggotaan maksimal. Yang kedua yaitu jaringan komunikasi, model semua saluran menawarkan kesempatan yang paling besar untuk umpan balik korektif dan. Kesadaran terhadap berbagai sikap terhadap konflik member kesempatan kepada para anggota untuk menyelesaikan konflik dengan suatu cara yang menghargai perhatian terhadap tugas dan terhadap manusiayang telah didefinisikan. Tiga aspek struktur yang mempengaruhi bekerjanya kelompok yaitu ukuran, jaringan komunikasi, dan kepemimpinan. Membatasi jumlah kelompok pada lima atau tujuh orang akan menjamin kepuasan dan kinerja yang maksimal, yang berarti semakin sedikit anggota kelompok komunikasi itu semakin. Pengambilan keputusan harus menjamin komitmen atas keputusan itu oleh anggota kelompok. Komunikasi Kelompok (group communication) memfokuskan pembahasannya pada interaksi di antara orang-orang dalam kelompok-kelompok kecil. Komunikasi kelompok juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Teori-teori komunikasi kelompok antara lain membahas tentang dinamika kelompok, efisiensi dan efektifitas penyampaian informasi dalam kelompok, pola dan bentuk informasi, serta pembuatan keputusan.

4. **Komunikasi Publik.** Dalam komunikasi publik, satu orang ditunjuk sebagai pembicara dan yang lainnya sebagai pendengar yang merupakan peranan pelengkap, atau khalayak pendengar. Dalam komunikasi publik ini komunikasi tatap-muka tetap berjalan meskipun pada umumnya pendengar hanya mengirimkan pesan-pesan nonverbal seperti tepuk tangan, tertawa, dan lain sebagainya. Terkadang dalam komunikasi publik ini

pendengar akan diberikan kesempatan untuk memberikan pesan verbal pada saat sesi tanya.

5. **Komunikasi Organisasional.** Komunikasi organisasional adalah konteks komunikasi yang terjadi di dalam sebuah organisasi, dimana yang melaksanakan proses komunikasi adalah orang-orang yang berkerja didalam organisasi tersebut. Komunikasi Organisasi (*organizational communication*) menunjuk pada pola dan bentuk komunikasi yang terjadi dalam konteks dan jaringan organisasi. Komunikasi organisasi melibatkan bentuk-bentuk komunikasi formal dan informal, serta bentuk-bentuk komunikasi antarpribadi dan komunikasi kelompok. Pembahasan teori-teori komunikasi organisasi antara lain menyangkut struktur dan fungsi organisasi, hubungan antar manusia, komunikasi dan proses pengorganisasian, serta kebudayaan organisasi. dan dapat di artikan yaitu komunikasi insane yang terjadi dalam konteks organisasi. Komunikasi ini lebih melibatkan banyak orang dan lebih rumit dari komunikasi public. Ciri utama organisasi yaitupembagian kerja atau proses pengorganisasian pekerjaan sehingga pegawai hanya membuat sebagian produk. Jaringan komunikasi nonformal merupakan tambahan bagi saluran komunikasi. Kualitas komunikasi dalam organisasi berhubungan dengan keseluruhan tujuan kinerja. Kombinasi antara pesan tertulis dan lisan terbukti lebih efektif dibandingkan dengan hanya pesan lisan saja, dan dengan cara ini pula pesan yang disampaikan juga memberikan informasi yang cukup tanpa membebani penerima pesan. Untuk menjaga hubungan baik antara atasan dengan bawahan diperlukan komunikasi dari atasan ke bawahan dan dari bawahan ke atasan, komunikasi dari atasan harus bersifat mendukung dan dari bawahan ke atasan harus bersifat menerima dan mendukung. Selain itu peranan komunikasi nonformal dalam organisasi sangat penting. Penyebaran desas-desus dalam organisasi dipengaruhi oleh pentingnya situasi dan ambiguitas situasi, juga oleh kesadaran kritis orang-orang yang terlibat. Perataan, penajaman dan asimilasi merupakan tiga bentuk penyimpangan pesan yang terjadi dalam penyebaran desas-desus. Dan ahirya terbukti bahwa

kesalahan yang terjadi pada komunikasi nonformal dalam organisasi akan menjadikan penyimangan dalam organisasi itu.

6. **Komunikasi Massa.** Konteks komunikasi semacam ini menggunakan media. Sumber pesan dikomunikasikan melalui media cetak atau elektronik, dimana pesan yang ingin disampaikan ditujukan kepada sejumlah besar individu dan bukanlah segelintir kecil individu. Komunikasi Massa (*mass communication*) adalah komunikasi melalui media massa yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang besar. Proses komunikasi massa melibatkan aspek-aspek komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi. Teori-teori komunikasi massa umumnya memfokuskan perhatiannya pada hal-hal yang menyangkut struktur media, hubungan media dengan masyarakat, hubungan antara media dan khalayak, aspek-aspek budaya dari komunikasi massa, serta dampak atau hasil komunikasi massa terhadap individu. Dalam arti lainnya Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditunjukkan kepada khalayak yang relatif besar dan heterogen. Komunikasi massa bersifat media, public, dan juga cepat. Umpan balik dalam komunikasi massa terbatas dan tidak selengkap yang ada pada komunikasi tatap muka antara 2 orang atau lebih. Meskipun media massa sangat efektif dalam menyebarkan pesan, kita melihat bahwa perolehan informasi sama sekali tidak menjamin pengaruh pada perilaku dan sikap. Meskipun teknologi komunikasi dalam media massa meningkatkan kecepatan dan volume komunikasi, media itu hanya merupakan perluasan dari media yang pernah ada. Revolusi teknologi mempunyai preseden historis dan bahwa kemungkinan suatu komunikasi global manusia akan bergantung pada penerapan teknologi oleh manusia pada teknologi itu sendiri.

#### **D. Dimensi Konteks Komunikasi**

Konteks komunikasi (dalam [ngejurnal.wordpress.com](http://ngejurnal.wordpress.com) 2010) terdiri atas 3 (tiga) dimensi, yaitu:

- Dimensi Spasial. Apapun bentuknya, sangat berpengaruh terhadap keberhasilan pesan atau komunikasi. Contohnya pada cara duduk di kelas. Mahasiswa dalam kelas yang duduknya melingkar mampu berkomunikasi lebih baik daripada mahasiswa dalam kelas yang duduknya berbaris ke belakang.
- Dimensi Sosial-Psikologis. Merupakan tata hubungan status di antara mereka yang terlibat komunikasi. Biasanya merupakan peran atau permainan yang dijalankan orang-orang. Contohnya saja peran mahasiswa dan dosen pada sekelompok orang dalam ruang perkuliahan. Konteks lainnya adalah aturan budaya masyarakat di suatu area yang digunakan dalam berkomunikasi. Contohnya saja budaya di sekitar Gunung Merapi yang membuat masyarakatnya sulit dipindahkan. Selain itu, ada juga rasa persahabatan atau permusuhan, hubungan formalitas atau informalitas, dan dalam situasi yang serius atau senda gurau.
- Dimensi Temporal. Komunikasi memerlukan konteks waktu. Biasanya, dimensi waktu antara lain: jam, hari, minggu, bulan, pagi, siang, sore, dan malam. Dimensi waktu biasanya dalam hitungan sejarah, dan konteks sejarah sangat mempengaruhi proses komunikasi. Pesan yang disampaikan seabad yang lalu, belum tentu sama bila pesan tersebut disampaikan saat ini.

### **E. Prinsip-Prinsip Komunikasi**

Selain dimensi konteks komunikasi, ada juga beberapa prinsip dasar dari proses komunikasi manusia. Prinsip komunikasi (dalam [kgiaji.wordpress.com](http://kgiaji.wordpress.com)) setidaknya ada 12, yaitu :

#### **PRINSIP 1 : Komunikasi Adalah Proses Simbolik**

Salah satu kebutuhan pokok manusia seperti dikatakan Susanne K. Langer, adalah kebutuhan simbolis atau penggunaan lambang. Manusia

memang satu-satunya hewan yang menggunakan lambang, dan itulah yang membedakan manusia dengan hewan lainnya. Ernest Cassirer mengatakan bahwa keunggulan manusia atau makhluk lainnya adalah keistimewaan mereka sebagai *animal symbolicum*. Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjukkan sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku non verbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama. Kemampuan manusia menggunakan lambang verbal memungkinkan perkembangan bahasa dan menangani hubungan antara manusia dan objek (baik nyata maupun abstrak) tanpa kehadiran manusia atau objek tersebut. Lambang adalah salah satu kategori tanda. Hubungan antara tanda dengan objek dapat juga direpresentasikan oleh ikon dan indeks, namun ikon dan indeks tidak memerlukan kesepakatan. Ikon adalah suatu benda fisik (dua atau tiga dimensi) yang menyerupai apa yang direpresentasikannya. Representasi ini ditandai dengan kemiripan misalnya patung Soekarno adalah ikon Soekarno, dan foto Anda pada KTP Anda adalah ikon Anda.

Berbeda dengan lambang dan ikon, indeks adalah tanda yang secara alamiah merepresentasikan objek lainnya. Istilah lain yang sering digunakan untuk indeks adalah sinyal (signal), yang dalam bahasa sehari-hari disebut juga gejala (*symptom*). Indeks muncul berdasarkan hubungan antara sebab dan akibat yang punya kedekatan eksistensi. Misalnya awan gelap adalah indeks hujan akan turun, sedangkan asap merupakan indeks api. Namun bila asap itu disepakati sebagai tanda bagi masyarakat untuk berkumpul misalnya, seperti dalam kasus suku primitif, maka asap menjadi lambang karena maknanya telah disepakati bersama. Lambang mempunyai beberapa sifat sebagai berikut:

1. Lambang bersifat sebarang, manasuka, atau sewenang-wenang.
2. Lambang pada dasarnya tidak mempunyai makna; kitalah yang memberi makna pada lambang.
3. Lambang itu bervariasi

## **PRINSIP 2 : Setiap Perilaku Mempunyai Potensi Komunikasi**

Kita tidak dapat berkomunikasi (*we cannot communicate*). Tidak berarti bahwa semua perilaku adalah komunikasi. Alih-alih, komunikasi terjadi bila seseorang memberi makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri. Cobalah Anda minta seseorang untuk tidak berkomunikasi. Amat sulit baginya untuk berbuat demikian, karena setiap perilakunya punya potensi untuk di tafsirkan. Kalau ia tersenyum, ia ditafsirkan bahagia; kalau ia cemberut, ia ditafsirkan ngambek. Bahkan ketika kita berdiam diri sekalipun, ketika kita mengundurkan diri dari komunikasi dan lalu menyendiri, sebenarnya kita mengomunikasikan banyak pesan. Orang lain mungkin akan menafsirkan diam kita sebagai malu, segan, ragu-ragu, tidak setuju, tidak peduli, marah, atau bahkan sebagai malas atau bodoh. Ketika anda melihat seorang pria yang berdiri di pantai seraya memandang laut lepas dengan melipat kedua tangan di dada, Anda mungkin punya penafsiran khusus terhadap orang itu, misalnya bahwa ia orang yang sedang frustrasi, kesepian, romantis, ingin sendirian dan tidak mau diganggu, mencari ilham untuk menulis puisi, dan sebagainya. Seorang tamu restoran yang makan dengan tidak mengucapkan sepatah kata pun kepada orang yang ia temui menampilkan perilaku yang potensial untuk ditafsirkan, misalnya bahwa ia sedang marah, frustrasi, patah hati, sakit gigi atau bisu.

### **PRINSIP 3 : Komunikasi Punya Dimensi Isi dan Dimensi Hubungan**

Dimensi isi disandi secara verbal, sementara dimensi hubungan disandi secara nonverbal. Dimensi isi menunjukkan muatan (isi) komunikasi, yaitu apa yang dikatakan. Sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para komunikasi itu, dan bagaimana seharusnya pesan itu ditafsirkan. Dalam komunikasi massa, dimensi isi merujuk pada isi pesan, sedangkan dimensi hubungan merujuk kepada unsur-unsur lain, termasuk juga jenis saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut. Pengaruh suatu berita atau artikel dalam surat kabar, misalnya, hanya bukan bergantung pada isinya, namun juga pada siapa, penulisnya, tata letak (*lay out*)-nya, jenis huruf yang digunakan, warna tulisan, dan sebagainya.

### **PRINSIP 4 : Komunikasi Berlangsung dalam Berbagai Tingkat Kesengajaan**

Komunikasi dilakukan dalam berbagai tingkat kesengajaan, dari komunikasi yang tidak disengaja sama sekali hingga komunikasi yang benar-benar direncanakan dan disadari. Kesengajaan bukanlah syarat untuk berkomunikasi. Membatasi komunikasi sebagai proses yang disengaja adalah menganggap komunikasi sebagai instrumen, seperti dalam persuasi. Jadi, niat atau kesengajaan bukanlah syarat mutlak bagi seseorang untuk berkomunikasi. Dalam komunikasi secara antara orang-orang berbeda budaya ketidaksengajaan berkomunikasi ini lebih relevan lagi untuk diperhatikan. Banyak kesalahpahaman antarbudaya sebenarnya disebabkan oleh perilaku seseorang yang tidak disengaja yang dipresepsi, ditafsirkan dan direspons oleh orang dari budaya lain.



## **PRINSIP 5 : Komunikas Terjadi dalam Konteks Ruang dan Waktu**

Makna pesan juga bergantung pada konteks fisik dan ruang (termasuk iklim, suhu intensitas cahaya, dan sebagainya), waktu, sosial dan psikologis. Waktu mempengaruhi makna terhadap suatu pesan. Kunjungan seorang mahasiswa kepada teman kuliahnya yang wanita pada malam minggu akan dimaknai lain bila dibandingkan dengan kedatangannya pada malam biasa. Kehadiran orang lain, sebagai konteks sosial juga akan mempengaruhi orang-orang yang berkomunikasi. Pengaruh konteks waktu dan konteks sosial terlihat pada suatu keluarga yang tidak pernah tersenyum atau menyapa siapapun pada hari-hari biasa, tetapi mendadak menjadi ramah pada hari-hari lebaran. Penghuni rumah membuka pintu rumah mereka lebar-lebar, dan mempersilahkan tamu untuk mencicipi makanan dan minuman yang mereka sediakan. Suasana psikologis peserta komunikasi tidak pelak mempengaruhi juga suasana komunikasi. Komentar seorang istri mengenai kenaikan harga kebutuhan rumah tangga dan kurangnya uang belanja akan ditanggapi dengan kepala dingin oleh suaminya dalam keadaan biasa atau keadaan santai, boleh jadi akan membuat sang suami berang bila istri menyampaikan komentar tersebut saat suami baru pulang kerja dan dimarahi habis-habisan oleh atasannya hari itu.

## **PRINSIP 6 : Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Komunikasi**

Ketika orang-orang berkomunikasi, mereka meramalkan efek perilaku komunikasi mereka. Dengan kata lain, komunikasi juga terikat oleh aturan atau tatakrama. Artinya, orang-orang memilih strategi tertentu berdasarkan bagaimana orang yang menerima pesan akan merespons. Prediksi ini tidak selalu disadari, dan sering berlangsung cepat. Kita

dapat memprediksi perilaku komunikasi orang lain berdasarkan peran sosialnya. Prinsip ini mengansumsikan bahwa hingga derajat tertentu ada keteraturan pada perilaku komunikasi manusia. Dengan kata lain, perilaku manusia, minimal secara parsial, dapat diramalkan. Kalau semua perilaku manusia itu bersifat acak, selalu tanpa diduga hidup kita akan sulit.

### **PRINSIP 7 : Komunikasi Bersifat Sistematis**

Terdapat dua sistem dasar dalam transaksi komunikasi, yaitu Sistem Internal dan Sistem Eksternal. Sistem internal adalah seluruh sistem nilai yang dibawa oleh individu ketika ia berpartisipasi dalam komunikasi yang ia cerap selama sosialisasinya dalam berbagai lingkungan sosialnya (keluarga, masyarakat setempat, kelompok suku, kelompok agama, lembaga pendidikan, kelompok sebaya, tempat kerja, dan sebagainya). Istilah-istilah lain yang identik dengan sistem internal ini adalah kerangka rujukan (*frame of reference*), bidang pengalaman (*field of experience*), struktur kognitif (*cognitive structure*), pola pikir (*thinking patterns*), keadaan internal (*internal states*), atau sikap (*attitude*). Pendeknya, sistem internal ini mengandung semua unsur yang membentuk individu yang unik, termasuk ciri-ciri kepribadiannya, intelegensi, pendidikan, pengetahuan, agama, bahasa, motif, keinginan, cita-cita, dan semua pengalaman masa lalunya, yang pada dasarnya tersembunyi. Berbeda dengan sistem internal, sistem eksternal terdiri dari unsur-unsur dalam lingkungan di luar individu, termasuk kata-kata yang ia pilih untuk berbicara, isyarat fisik peserta komunikasi, kegaduhan disekitarnya, penataan ruangan, cahaya, dan temperatur ruangan. Elemen-elemen ini adalah stimuli publik yang terbuka bagi setiap peserta komunikasi dalam setiap transaksi komunikasi. Akan tetapi, karena masing-masing orang mempunyai

sistem internal yang berbeda, maka setiap orang tidak akan memiliki bidang perseptual yang sama, meskipun mereka duduk di kursi yang sama dan menghadapi situasi yang sama. Maka dapat dikatakan bahwa komunikasi adalah produk dari perpaduan antara sistem internal dan sistem eksternal tersebut. Lingkungan dan objek mempengaruhi komunikasi kita, namun persepsi kita atas lingkungan kita juga mempengaruhi cara kita berperilaku.

### **PRINSIP 8 : Semakin Mirip Latar Belakang Sosial-Budaya Semakin Efektiflah Komunikasi**

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang sedang berkomunikasi). Misalnya, penjual yang datang kerumah untuk mempromosikan barang dianggap telah melakukan komunikasi efektif bila akhirnya tuan rumah membeli barang yang ia tawarkan, sesuai yang diharapkan penjual itu, dan tuan rumah pun merasa puas dengan barang yang dibelinya. Dalam kenyataannya, tidak pernah ada dua manusia yang persis sama, meskipun mereka kembar yang dilahirkan dan diasuh dalam keluarga yang sama, diberi makan yang sama dan dididik dengan cara yang sama. Namun kesamaan dalam hal-hal tertentu, misalnya agama, ras (suku), bahasa, tingkat pendidikan, atau tingkat ekonomi akan mendorong orang-orang untuk saling tertarik dan pada gilirannya karena kesamaan tersebut komunikasi mereka menjadi lebih efektif. Kesamaan bahasa khususnya akan membuat orang-orang yang berkomunikasi lebih mudah mencapai pengertian bersama dibandingkan dengan orang-orang yang tidak memahami bahasa yang sama.

### **PRINSIP 9 : Komunikasi Bersifat Nonsekuensial**

Meskipun terdapat banyak model komunikasi linier atau satu arah, sebenarnya komunikasi manusia

dalam bentuk dasarnya (komunikasi tatap-muka) bersifat dua-arah (sifat sirkuler). Ketika seseorang berbicara kepada seseorang lainnya, atau kepada sekelompok orang seperti dalam rapat atau kuliah, sebetulnya komunikasi itu bersifat dua-arah, karena orang-orang yang kita anggap sebagai pendengar atau penerima pesan sebenarnya juga menjadi “pembicara” atau pemberi pesan pada saat yang sama, yaitu lewat perilaku nonverbal mereka. Meskipun sifat sirkuler digunakan untuk menandai proses komunikasi, unsur-unsur proses komunikasi sebenarnya tidak berpola secara kaku. Pada dasarnya, unsur-unsur tersebut tidak berada dalam suatu tatanan yang bersifat linier, sirkuler, helikal atau tatanan lainnya. Unsur-unsur proses komunikasi boleh jadi beroperasi dalam susunan tadi, tetapi mungkin pula, setidaknya sebagian, dalam suatu tatanan yang acak. Oleh karena itu, sifat nonsekuensial alih-alih sirkuler tampaknya lebih tepat digunakan untuk menandai proses komunikasi.

### **PRINSIP 10 : Komunikasi Bersifat Prosesual, Dinamis, dan Transaksional**

Komunikasi sebagai proses dapat dianalogikan dengan pernyataan Herclitus enam abad sebelum Masehi bahwa “seorang manusia tidak akan pernah melangkah di sungai yang sama dua kali.” Pada saat yang kedua itu, manusia itu berbeda, dan begitu juga sungainya. Ketika kita menyebrang sungai untuk kedua kali, ketiga kali, dan seterusnya pada hari yang lain, maka sesungguhnya penyebrangan itu bukanlah fenomena yang sama. Begitu jugalah komunikasi; komunikasi terjadi sekali waktu kemudian menjadi bagian dari sejarah kita. Dalam proses komunikasi itu, para peserta saling mempengaruhi, seberapa kecil pun pengaruh itu, baik lewat komunikasi verbal ataupun lewat komunikasi nonverbal. Pernyataan sayang, pujian, ucapan selamat, penyesalan, atau kemarahan akan membuat

sikap atau orientasi mitra komunikasi kita berubah terhadap kita, dan pada gilirannya perubahan orientasinya itu membuat orientasi kita juga berubah terhadapnya, dan begitu seterusnya. Implikasi dari komunikasi sebagai proses yang dinamis dan transaksional adalah bahwa para peserta komunikasi berubah (dari sekedar berubah pengetahuan hingga berubah pandangan dan perilakunya). Ada orang yang perubahannya sedikit demi sedikit dari waktu ke waktu, tetapi perubahan akhirnya (secara kumulatif) cukup besar. Namun ada juga orang yang berubah secara tiba-tiba, melalui cuci otak atau kontroversi agama, misalnya dari seorang nasionalis menjadi komunis, atau dari Hindu menjadi Kristen atau Muslim. Implisit dalam proses komunikasi sebagai transaksi ini adalah proses penyandian (encoding) dan penyandian-balik (decoding). Kedua proses itu, meskipun secara teoritis dapat dipisahkan, sebenarnya terjadi serempak, bukan bergantian. Keserempakan inilah yang menandai komunikasi sebagai transaksi. Pandangan dinamis dan transaksional memberi penekanan bahwa Anda mengalami perubahan sebagai hasil terjadinya komunikasi. Pernahkan anda terlibat dalam perdebatan sengit sehingga semakin keras Anda katakan betapa marahnya Anda, semakin marah pula Anda. Jadi, perspektif transaksional memberi penekanan pada dua sifat peristiwa komunikasi, yaitu serentak dan saling mempengaruhi. Para pesertanya menjadi saling bergantung, dan komunikasi mereka hanya dapat dianalisis berdasarkan konteks peristiwanya.

### **PRINSIP 11 : Komunikasi Bersifat Irreversible**

Suatu perilaku adalah suatu peristiwa. Oleh karena merupakan suatu peristiwa, perilaku berlangsung dalam waktu dan tidak dapat “diambil kembali.” Bila anda memukul wajah seseorang dan meretakkan hidungnya, peristiwa tersebut dan konsekuensinya

telah “terjadi”); Anda tidak dapat memutar kembali jarum jam dan berpura-pura seakan-akan hal itu tidak pernah terjadi. Senada dengan peristiwa di atas, dalam komunikasi, sekali Anda mengirimkan pesan, Anda tidak dapat mengendalikan pengaruh pesan tersebut bagi khalayak, apalagi menghilangkan efek pesan tersebut sama sekali. Sifat irreversible ini adalah implikasi dari komunikasi sebagai proses yang selalu berubah. Prinsip ini seyogianya menyadarkan kita bahwa kita harus hati-hati untuk menyampaikan pesan kepada orang lain, sebab, yaitu tadi, efeknya tidak bisa ditiadakan sama sekali, meskipun kita berupaya meralatnya. Apalagi bila penyampaian itu dilakukan untuk pertama kalinya. Curtis et al., mengatakan bahwa kesan pertama itu cenderung abadi. Dalam komunikasi massa, sekali wartawan menyiarkan berita yang tanpa disengaja mencemarkan nama baik seseorang, maka nama baik orang itu akan sulit dikembalikan lagi ke posisi semula, meskipun surat kabar, majalah, radio atau televisi telah meminta maaf dan memuat hak jawab sumber berita secara lengkap.

## **PRINSIP 12 : Komunikasi Bukan Panasea untuk Menyelesaikan Berbagai Masalah**

Banyak persoalan dan konflik antarmanusia disebabkan oleh masalah komunikasi. Namun komunikasi bukanlah panasea (obat mujarab) untuk menyelesaikan persoalan atau tersebut mungkin berkaitan dengan masalah struktural. Agar komunikasi efektif, kendala struktural ini juga harus diatasi. Misalnya, meskipun pemerintah bersusah payah menjalin komunikasi yang efektif dengan warga Aceh dan warga Papua, tidak mungkin usaha itu akan berhasil bila pemerintah memberlakukan masyarakat di wilayah-wilayah itu secara tidak adil, dengan merampas kekayaan alam mereka dan mengangkutnya ke pusat.

## F. Rangkuman

Komunikasi merupakan proses yang dinamis dan bersifat kompleks. Proses komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa-sosial, melainkan dalam konteks atau situasi tertentu. Yang dimaksud dengan konteks komunikasi adalah situasi dan kondisi ketika peristiwa komunikasi berlangsung.

Para ahli komunikasi menyatakan bahwa konteks komunikasi itu terdiri atas: *Pertama*, aspek bersifat fisik seperti iklim, cuaca, suhu udara, bentuk ruangan, warna dinding, penataan tempat duduk, jumlah peserta komunikasi, dan alat yang tersedia untuk menyampaikan pesan; *Kedua*, aspek psikologis, seperti: sikap, kecenderungan, prasangka, dan emosi para peserta komunikasi; *Ketiga*, aspek sosial, seperti: norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya; dan *Keempat*, aspek waktu, yakni kapan berkomunikasi (hari apa, jam berapa, pagi, siang, sore, malam).

Istilah-istilah lain juga digunakan untuk merujuk pada konteks (*context*) yang lazim, situasi (*situation*), keadaan (*setting*), arena, jenis (*kind*), cara (*mode*), pertemuan (*encounter*), dan kategori. Menurut Verderber misalnya, konteks komunikasi terdiri dari: konteks fisik, konteks sosial, konteks historis, konteks psikologis, dan konteks kultural.

Berdasarkan konteksnya, komunikasi dapat dibedakan dalam beberapa bentuk, yaitu : komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi massa, komunikasi organisasi, komunikasi antarbudaya, komunikasi politik, komunikasi pembangunan dan sebagainya.

Sedangkan dimensi konteks itu sendiri terdiri atas 3 (tiga) dimensi, yaitu : dimensi spasial, dimensi sosial –psikologis dan dimensi temporal. Adapun prinsip-prinsip komunikasi terdiri atas 12 (duabelas) prinsip, yaitu : Komunikasi Adalah Proses Simbolik, Setiap Perilaku Mempunyai Potensi Komunikasi, Komunikasi Punya Dimensi Isi dan Dimensi Hubungan, Komunikasi Berlangsung dalam Berbagai Tingkat Kesengajaan, Komunikas Terjadi dalam Konteks Ruang dan Waktu, Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Komunikasi, Komunikasi Bersifat Sistematis, Semakin Mirip Latar Belakang Sosial-Budaya Semakin Efektiflah Komunikasi, Komunikasi Bersifat Nonsekuensial, Komunikasi Bersifat Prosesual, Dinamis, dan Transaksional, Komunikasi

Bersifat Irreversible, Komunikasi Bukan Panacea untuk Menyelesaikan Berbagai Masalah.

### **G. Latihan**

1. Apa yang Anda ketahui dengan konteks komunikasi?
2. Jika Anda bertemu dan berbicara dengan orang asing yang belum dikenal? Konteks komunikasi apa yang sedang berlangsung? Kemukakan alasan Anda.
3. Mengapa konteks komunikasi harus dipelajari dan dikuasai? Jelaskan alasan Anda.
4. Kemukakan prinsip komunikasi bersifat irreversible berikut dengan contohnya.
5. Apa yang Anda ketahui dari keserbawajahan komunikasi? Berikan contoh kasusnya.
6. Apa yang dimaksud dengan prinsip Komunikasi Bukan Panacea untuk Menyelesaikan Berbagai Masalah. Apa contohnya?
7. Bagaimana agar proses komunikasi kita bisa berjalan efektif dengan orang yang berbeda budaya? Jelaskan langkah-langkahnya.
8. Jelaskan bagaimana pengaruh norma dan nilai ikut membentuk dan mempengaruhi konteks komunikasi?
9. Apa perbedaan antara *miss-communication* dan *miss-understanding*? Jelaskan masing-masing dengan contohnya.
10. Apa perbedaan konteks komunikasi publik dengan komunikasi massa?



## BAB IV

### TEORI DAN MODEL KOMUNIKASI

#### A. Standar Kompetensi

1. Mahasiswa dapat memahami makna, sifat, tujuan dan kegunaan teori bagi pengembangan ilmu komunikasi.
2. Mahasiswa dapat memahami cara kerja teori dalam menganalisis suatu fenomena komunikasi.
3. Mahasiswa dapat memahami model-model komunikasi sebagai bentuk konseptualisasi dari suatu teori komunikasi.

#### B. Teori Komunikasi

Teori merupakan landasan akademis dari setiap disiplin Ilmu. Ada beberapa hal yang menguatkan argumen tersebut, yaitu:

1. Teori merupakan alat untuk mengorganisasikan pemahaman kita mengenai dunia. Hal tersebut kita tidak melihat dunia dalam bentuk data *bits*, namun dalam bentuk informasi yang telah tersusun dan tersintesis. Dengan teori-teori, kita mampu untuk menemukan pola dan merumuskan hubungan antara informasi-informasi tentang dunia. Dengan demikian, teori-teori merupakan bentuk pengetahuan yang terakumulasikan.
2. Teori memfokuskan perhatian kita pada variabel-variabel dan hubungan-hubungan yang penting. Teori-teori menjadi suatu peta dan panduan bagi kita untuk bisa menginterpretasi, menjelaskan dan memahami kompleksitas dari hubungan manusia dan kejadian-kejadian yang terjadi. Oleh karena itu, teori juga dapat membantu kita untuk memprediksi hasil atau efek dari data-data.
3. Teori bersifat sangat penting dalam kehidupan akademis, yaitu karena teori-teori yang sudah ada dapat memberikan ide untuk penelitian-penelitian selanjutnya, sekaligus memberikan panduan untuk pelaksanaan studi yang dapat mengisi kekosongan pengetahuan. Teori juga

memungkinkan kita untuk mentransfer dan mengkomunikasikan pengetahuan.

4. Teori dapat melakukan evaluasi. Berdasarkan teori-teori, kita dapat mengkritisi efektifitas dan kelayakan perilaku tertentu. Teori bahkan memberikan kita suatu cara untuk mempertanyakan budeaya-budaya kehidupan yang sudah berlaku dan menciptakan cara-cara hidup alternatif atau bahkan cara-cara yang baru.

Pengertian tentang teori yang lebih lengkap mungkin dapat dijadikan bahan perbandingan yaitu definisi teori yang dikemukakan oleh Maxwell E. Mc Comb dan Lee B. Becker (1979) yaitu sebagai berikut :

*“... a map. It is based on observations from the past, but it is geared toward the future. It helps to explain. And it helps to predict”.*(“... suatu peta. Teori diperoleh berdasarkan observasi-observasi di masa lalu, tetapi diarahkan ke masa depan. Teori membantu dalam menerangkan. Teori juga membantu dalam meramalkan gejala”).

Pengertian teori seperti yang diungkapkan oleh Mc Comb dan Becker di atas menunjukkan bahwa teori tak ubahnya sebuah sketsa atau gambaran dari realita yang dengan begitu bukanlah secara mendetail melainkan secara prinsipil saja sifatnya. Dari definisi kedua ahli ini juga nampak bahwa teori memiliki esensi sekaligus fungsi menerangkan dan meramalkan di samping menyebut (berdasar pada) observasi serta kemungkinan memberikan arah ke depan, yang kurang lebih sama dengan fungsi generalisasi.

Terlepas dari perspektif yang berbeda-beda dalam mendefinisikan tentang teori seperti yang diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa teori pada dasarnya merupakan “*konseptualisasi atau penjelasan logis dan empiris tentang suatu fenomena*”. Yang dimaksud fenomena di sini adalah peristiwa komunikasi dalam kehidupan manusia. Peristiwa itu, seperti dimaksud oleh Berger dan Chaffee (1987), mencakup produksi, proses, dan pengaruh dari sistem-sistem tanda dan lambang yang terjadi dalam kehidupan manusia.

Walaupun demikian, secara umum, sebuah teori pada dasarnya memiliki dua karakteristik utama, yaitu: *Pertama*, semua teori

adalah “abstraksi” tentang suatu hal. Dengan demikian teori sifatnya terbatas. *Kedua*, semua teori adalah konstruksi ciptaan individual manusia. Oleh karena itu *sifatnya relatif* dalam arti tergantung pada cara pandang si pencipta teori, sifat dan aspek hal yang diamati, serta kondisi-kondisi lain yang mengikat seperti waktu, tempat dan lingkungan di sekitarnya.

### C. Penjelasan dalam Teori

Menurut Littlejohn dan Foss (2005) penjelasan dalam teori berdasarkan pada “prinsip keperluan” (*the principle of necessity*), yakni penjelasan yang menerangkan variabel-variabel apa yang kemungkinan diperlukan untuk menghasilkan sesuatu. Contoh: Untuk menghasilkan X, barangkali diperlukan adanya Y dan Z.

Selanjutnya, Littlejohn menjelaskan bahwa prinsip keperluan ini ada tiga macam:

1. *Causal necessity* (keperluan kausal),
2. *Practical necessity* (keperluan praktis), dan
3. *Logical necessity* (keperluan logis)

Keterangan :

- **Keperluan kausal** berdasarkan asas hubungan sebab-akibat. Umpamanya, karena ada y dan z maka terjadi x.
- **Keperluan praktis** menunjuk pada kondisi hubungan “tindakan-konsekuensi”. Kalau menurut prinsip keperluan x terjadi karena y dan z, maka menurut prinsip penjelasan keperluan praktis y dan z memang bertujuan untuk, atau praktis akan, menghasilkan x.
- **Keperluan logis** berdasarkan pada azas konsistensi logis. Artinya, y dan z secara konsisten dan logis akan selalu menghasilkan x.

Penjelasan dalam teori juga dibagi dalam dua kategori:

- Penjelasan yang memfokuskan pada orang/pelaku (*person centered*) yaitu menunjuk pada faktor-faktor internal yang ada di dalam seseorang ( si pelaku).
- Penjelasan yang memfokuskan pada situasi (*situation centered*), yang memfokuskan pada situasi menunjuk pada faktor-faktor yang ada di luar diri orang tersebut ( faktor-faktor eksternal)

#### **D. Sifat, Tujuan dan Fungsi Teori**

Menurut Abraham Kaplan (1964), sifat dan tujuan teori bukan semata untuk menemukan fakta yang tersembunyi, tetapi juga suatu cara untuk melihat fakta, mengorganisasikan serta merepresentasikan fakta tersebut. Teori yang baik adalah teori yang sesuai dengan realitas kehidupan. Teori yang baik adalah teori yang konseptualisasi dan penjelasannya didukung oleh fakta serta dapat diterapkan dalam kehidupan nyata. Apabila konsep dan penjelasan teori tidak sesuai dengan realitas, maka keberlakuannya diragukan dan teori demikian tergolong teori semu.

Secara fungsional, teori mempunyai beberapa fungsi. Menurut Littlejohn dan Foss (2005), fungsi teori ada 9 (sembilan) yaitu:

Fungsi *pertama* teori **mengorganisasikan dan menyimpulkan tentang sesuatu hal :**

- Dalam mengamati realitas kita tidak boleh melakukannya secara sepotong-potong.
- Kita perlu mengorganisasikan dan mensintesisakan hal-hal yang terjadi dalam kehidupan dunia.
- Pola-pola dan hubungan-hubungan harus dicari dan ditemukan. Pengetahuan kita tentang pola-pola dan hubungan-hubungan ini kemudian diorganisasikan dan disimpulkan.
- Hasilnya (berupa teori) akan dapat dipakai sebagai rujukan atau dasar bagi upaya-upaya studi berikutnya.

Fungsi yang *kedua* **memfokuskan :**

- Hal-hal atau aspek-aspek dari suatu objek yang diamati harus jelas fokusnya.

- Teori pada dasarnya hanya menjelaskan tentang suatu hal, bukan banyak hal.

Fungsi yang *ketiga* **menjelaskan** :

- Teori mampu membuat suatu penjelasan tentang hal yang diamatinya.
- Penjelasan ini tidak hanya berguna untuk memahami pola-pola, hubungan-hubungan, tetapi juga untuk menginterpretasikan peristiwa-peristiwa tertentu.

Fungsi *keempat*, **pengamatan** :

- Teori tidak saja menjelaskan tentang apa sebaiknya diamati tetapi juga memberikan petunjuk bagaimana cara mengamatinya.
- Oleh karena itu teori yang baik adalah teori yang berisikan *konsep-konsep operasional*. Konsep operasional ini penting karena bisa dijadikan sebagai patokan untuk mengamati hal-hal rinci yang berkaitan dengan elaborasi teori.

Fungsi teori *kelima* adalah **membuat prediksi**:

- Meskipun kejadian yang diamati berlaku pada masa lalu, namun berdasarkan data dan hasil pengamatan ini harus dibuat suatu perkiraan tentang keadaan yang bakal terjadi apabila hal-hal yang digambarkan oleh teori juga tercerminkan dalam kehidupan di masa sekarang.
- Fungsi prediksi ini terutama sekali penting bagi bidang-bidang kajian komunikasi terapan seperti persuasi dan perubahan sikap, komunikasi dalam organisasi, dinamika kelompok kecil, periklanan, "*public relation*", dan media massa.

Fungsi yang *keenam* adalah **heuristik** atau **heurisme** :

- Teori yang diciptakan dapat merangsang timbulnya upaya-upaya penelitian selanjutnya.

- Hal ini dapat terjadi apabila konsep-konsep dan penjelasan-penjelasan teori cukup jelas dan operasional sehingga dapat dijadikan pegangan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

Fungsi yang *ketujuh* , **komunikasi** :

- Teori seharusnya tidak menjadi monopoli si penciptanya.
- Teori harus dipublikasikan, didiskusikan, dan terbuka terhadap kritikan-kritikan. Dengan cara ini maka modifikasi dan upaya penyempurnaan teori akan dapat dilakukan.

Fungsi yang *kedelapan*, **kontrol**, bersifat normatif:

- Asumsi-asumsi teori dapat kemudian berkembang menjadi norma-norma atau nilai-nilai yang dipegang dalam kehidupan sehari-hari.
- Teori dapat berfungsi sebagai sarana pengendali atau pengontrol tingkah laku kehidupan manusia.

Fungsi teori yang *terakhir* adalah “**generatif**”.

- Fungsi ini terutama sekali menonjol di kalangan tradisi/aliran interpretatif dan teori kritis.
- Menurut pandangan aliran ini, teori juga berfungsi sebagai sarana perubahan sosial dan kultural, serta sarana untuk menciptakan pola dan cara kehidupan yang baru.

## **E. Pengembangan Teori**

Proses pengembangan dan pembentukan teori umumnya mengikuti model pendekatan eksperimental yang lazim dipergunakan dalam ilmu pengetahuan alam. Menurut pendekatan ini, biasa disebut “*hypothetic-deductive methode*’ (metode hipotetis-deduktif), proses pengembangan teori melibatkan empat tahap sebagai berikut:

1. *Development questions* ( mengembangkan pertanyaan)
2. *Forming hypothetese* (membentuk hipotesis)
3. *Testing the hypothetese* ( menguji hipotesis)
4. *Formulating theory* (memformulasikan teori)

Ada beberapa patokan yang dapat dijadikan sebagai tolok ukur dalam mengevaluasi kesahihan teori:

**Pertama**, adalah “kecukupan teoritis” (*theoretical scope*). Yang menjadi pokok persoalan di sini adalah apakah suatu teori yang dibangun memiliki prinsip “*generality*” atau keberlakuan umum. **Kedua**, adalah “kesesuaian” (*appropriateness*), yakni apakah isi teori sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan/permasalahan-permasalahan teoritis yang diteliti. **Ketiga** adalah “Heuristic”. Yang dipertanyakan adalah apakah suatu teori yang dibentuk punya potensi untuk menghasilkan penelitian atau teori-teori lainnya yang berkaitan. **Keempat**, validitas (*validity*) atau konsistensi internal dan eksternal. Konsistensi internal mempersoalkan apakah konsep dan penjelasan teori konsisten dengan pengamatan. Sementara itu, konsistensi eksternal mempertanyakan apakah teori yang dibentuk didukung oleh teori-teori lainnya yang telah ada. **Kelima** adalah “*parsimony*” (kesederhanaan). Inti pemikirannya adalah bahwa teori yang baik adalah teori yang berisikan penjelasan-penjelasan yang sederhana.

## F. Model-Model Komunikasi

Bill dan Hardgrave (1973) mendefinisikan model sebagai *bentuk representasi teoritis dan sederhana dari suatu dunia yang nyata* (“*a theoretical and simplified representation of the real world*”).

Menurut kedua ilmuwan tadi, suatu model bukanlah alat yang dengan sendirinya memberikan kejelasan, tetapi ia memang membantu secara langsung dalam merumuskan teori. Keterangan ini menyiratkan keterkaitan dan seringkali juga membingungkan, antara model dengan teori. Sebab hubungan yang ada di antara keduanya memang begitu erat.

Penulis lain, Deutsch (1952) menegaskan bahwa model adalah struktur simbol-simbol dan aturan-aturan pelaksanaan yang dibuat

agar diperoleh hal-hal yang relevan di dalam suatu struktur atau proses-proses yang ada atau sedang berlangsung.

Dari pengertian tentang model di atas, maka dapat disimpulkan bahwa model komunikasi adalah representasi fenomena komunikasi, baik nyata ataupun abstrak, dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting guna memahami suatu proses komunikasi. Model sebagai cara menunjukkan sebuah objek, yang didalamnya dijelaskan kompleksitas suatu proses, pemikiran dan hubungan antara unsur-unsur yang mendukungnya. Model sebagai penyederhanaan teori yang disajikan dalam bentuk gambar. Model juga berfungsi sebagai alat bantu untuk mempermudah penjelasan fenomena komunikasi dengan merepresentasikan secara abstrak.

Sebuah model memberikan kerangka yang dapat kita gunakan dalam memikirkan suatu masalah, meskipun dalam versi-versinya yang awal, model tidak dapat mengarahkan dibuatnya ramalan yang berhasil. Model juga dapat menunjukkan kesenjangan yang penting dalam pengetahuan kita tentang hal-hal yang tidak nampak atau tidak muncul sebelumnya. Disamping itu, model juga dapat memberikan bidang-bidang yang dibutuhkan dalam riset sesuai atau yang relevan dengan tujuan. Bahkan kegagalan yang dirasakan, apabila model ini diuji, akan memungkinkan dikemukakannya model lain yang baru, yang lebih sempurna.

### **Fungsi-Fungsi Model**

Deutsch (1952) mengemukakan sekurang-kurangnya ada empat fungsi model, yakni : (1). Mengorganisasikan (*organizing*), (2). Heuristik (*Heuristic*), (3). Meramalkan (*predictive*), dan (4). Pengukuran (*measuring*).

Fungsi mengorganisasikan dilihat dalam kemampuannya untuk menyusun dan menghubungkan data serta menunjukkan kesamaan-kesamaan dan hubungan-hubungan yang ada di antara data yang sebelumnya tidak pernah dirasakan. Fungsi prediksi atau meramalkan terlihat ketika suatu model yang baru dapat memberikan penjelasan tentang sesuatu atau beberapa hal yang sebelumnya tidak pernah dimengerti. Fungsi heuristik nampak ketika suatu model dipakai untuk prediksi tetapi tidak terbukti, mungkin dikarenakan kurang memadainya teknik-teknik pengukuran, dapat dijadikan alat heuristik yang memungkinkan diperolehnya fakta yang sebelumnya tidak diketahui atau bahkan



metode-metode yang baru. Fungsi pengukuran terlihat manakala suatu model memungkinkan memberikan prediksi-prediksi yang bersifat kuantitatif dengan tingkatan tertentu tentang “kapan/bilamana” dan “sejauhmana”, dengan kata lain model berkaitan dengan ukuran fenomena tertentu.

John Fiske (1990) menyebut ada dua mazhab utama yang tercermin dalam model komunikasi. Pertama mazhab proses yang melihat komunikasi sebagai transmisi pesan. Dalam mazhab ini mereka tertarik dengan bagaimana pengirim dan penerima mengkonstruksi pesan (*encode*) dan menerjemahkannya (*decode*), dan dengan bagaimana transmitter menggunakan saluran dan media komunikasi. Mazhab ini cenderung membahas kegagalan komunikasi dan melihat ke tahap-tahap dalam proses tersebut guna mengetahui di mana kegagalan tersebut terjadi. Mazhab kedua melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Hal ini berkenaan dengan bagaimana pesan berinteraksi dengan orang-orang dalam menghasilkan makna.

Pada dasarnya model komunikasi juga mempunyai sifat dan fungsi untuk menjelaskan suatu fenomena yang diamati. Terkadang ada beberapa model yang tampak bertentangan, misalnya model S-R (stimulus-respons) dan model interaksional. Kondisi ini disebabkan karena adanya paradigma yang berbeda itu, sehingga ilmuwan sosial yang berpandangan objektif/positivistik menganggap bahwa ada keteraturan dalam perilaku manusia (manusia cenderung dianggap pasif), seperti perilaku alam, tidak jarang menggunakan model matematik, misalnya dalam bentuk hipotesis yang harus diuji melalui perhitungan statistik.

Sedangkan di sisi lain ilmuwan sosial berpandangan subyektif/interpretif/ fenomenologis, yang menganggap bahwa manusia aktif, biasanya lebih banyak menggunakan model verbal. Akan tetapi, untuk menjelaskan fenomena komunikasi secara umum atau mendasar, kedua kubu tersebut sama-sama sering menggunakan model diagramatik, sebagai salah satu versi dari model simbolik. Hanya saja, penggunaan model diagramatik juga memang lebih lazim di kalangan ilmuwan positivistik daripada di kalangan ilmuwan fenomenologis, seperti yang tampak pada model-model komunikasi yang bersifat linear.

## 1. Model Komunikasi Linier (*Top-Down*).

Komunikasi linier didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui saluran (penyaring). Komponen utama dari model ini adalah pesan, sumber (*advocacy roles*), *Gatekeepers (Channel roles)*, Penerima (*behaviour user system*), dan umpan balik (*feedback*). Pakar-pakar komunikasi yang membidani model ini antara lain Westley dan Malcom (1957), Newcomb (1958), Berlo (1960), dan Roger dan Kincaid (1987). Menurut model ini, komunikasi dikatakan efektif apabila penerima yang dalam proses difusi dan adopsi inovasi lebih sering disebut sebagai sasaran mampu menerima pesan (informasi/misi) sesuai dengan yang dikehendaki oleh sumber. Rogers dan Shoemaker (1996) mengemukakan bahwa dalam proses perubahan sosial pesan-pesan (*massage = M*) dioperasikan dari sumber (*source = S*) kepada penerima (*receiver = R*) melalui saluran (*channel = C*).

Model komunikasi ini pada kenyataannya banyak dicerca, karena kurang demokratis. Meskipun ada *feedback*, namun tetap timpang karena ada kesan pemaksaan (diatur) atau arus peluru (*jarum hipodermik*), lebih mengutamakan kepentingan sumber, dan tidak interaktif sehingga tidak tercapai pemahaman bersama antara sumber (subyek) dengan penerima (obyek). Dikatakan demikian karena akses (*bargaining position*) penerima terhadap pesan dan saluran atau media yang digunakan oleh sumber tidak ada, *feedback* berjalan setelah komunikasi berakhir. Di kehidupan sehari-hari ini bisa terjadi antara pemerintah dengan masyarakat, antara guru dengan murid, antara penyuluh dengan petani, dan sebagainya. Apabila model komunikasi ini diimplementasikan dalam pembangunan maka tendensinya akan mengarah ke rekayasa sosial (*social engineering*) yang menempatkan yang kuat (sumber) sebagai subyek dan yang lemah (penerima) sebagai obyek, akibatnya terjadi berbagai bias dalam operasionalnya seperti bias elit, bias gender, bias lokasi, bias stratifikasi dan sebagainya. Jadi, meskipun di beberapa negara atau institusi, atau konteks tertentu model komunikasi ini masih dianggap relevan, namun pada kenyataannya selalu berujung dengan masalah yang sangat besar yang berakar dari ketidakpuasan dan kesenjangan. Model ini tidak selalu dikatakan sangat naif atau diharamkan dalam proses pembangunan atau

kehidupan sehari-hari karena ada momen-momen tertentu yang masih relevan menggunakan model ini, termasuk dalam pemberdayaan sosial (petani dan kelembagaannya).

## **2. Model Komunikasi Relational**

Komunikasi relational didefinisikan oleh Schramm (1973) sebagai seperangkat aktivitas interaksi yang berpusat pada informasi sebagai bagian dari hubungan sosial tersebut. Komponen utama dari model komunikasi ini adalah informasi, hubungan baik antara partisipan, dan penerima aktif. Menurut model ini komunikasi dikatakan efektif apabila tercapai pemahaman bersama antara partisipan dan penerima atas suatu pesan atau informasi. Model komunikasi ini kemudian oleh Kincaid (1987), Rogers dan Shoemaker (1996) dijadikan sebagai landasan untuk merumuskan model komunikasi konvergen.

Komunikasi model ini belum dikatakan efektif meskipun berada pada posisi medium. Dikatakan demikian karena sudah mendekati asas demokrasi atau partisipatif. Hanya prosesnya masih berlangsung diantara relasi-relasi yang ada. Kondisi demikian bisa melemah seiring dengan semakin cepatnya arus perubahan sosial yang mengikis *social capital* dan sumberdaya lokal lainnya.

## **3. Model Komunikasi Konvergen (*Convergency*).**

Komunikasi konvergen didefinisikan sebagai suatu proses konvergen (memusat) dengan informasi yang disepakati bersama oleh pihak-pihak yang berkomunikasi dalam rangka mencapai ke saling pengertian (konsensus). Komponen utama dari model ini adalah informasi (*uncertainly*), konvergensi, saling pengertian, kesepakatan bersama, tindakan bersama, jaringan hubungan sosial (*net work relationship*).

Menurut model ini komunikasi dikatakan efektif apabila tercapai pemahaman bersama antara pelaku yang terlibat dalam komunikasi. Disini tidak lagi dikenal istilah sumber dan penerima, tetapi lebih disebut sebagai partisipan (pihak-pihak yang berpartisipasi). Dalam mekanisme pembangunan, model komunikasi ini kemudian dijadikan sebagai landasan pemberdayaan sosial (*Social empowerment*).

Untuk lebih jelasnya, berikut ini beberapa gambar model komunikasi yang dikembangkan oleh para ahli yang diadaptasi dari beberapa sumber.

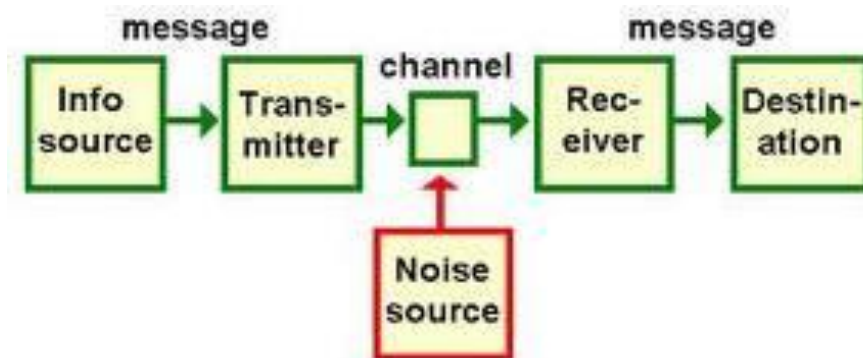
### Model Aristoteles



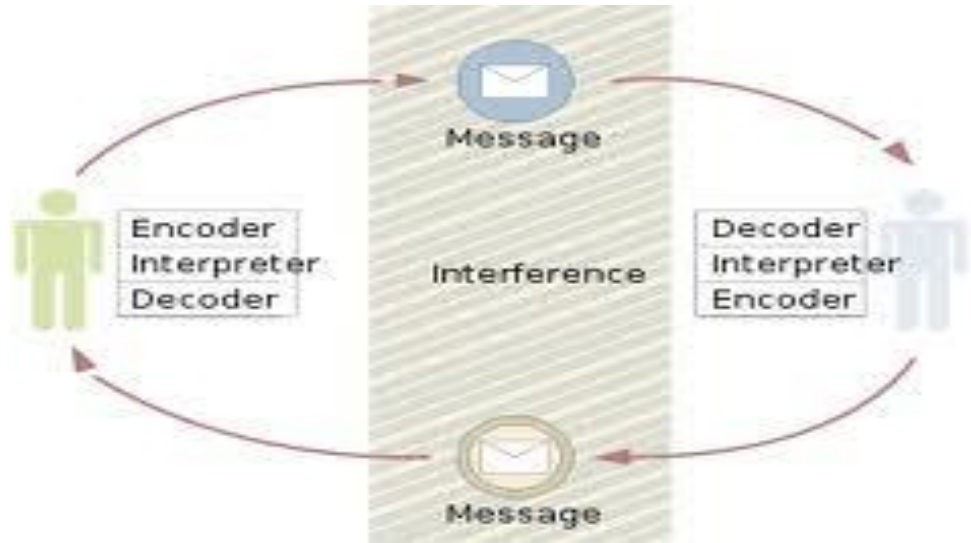
### Model Lasswell



### Model Shannon & Weaver



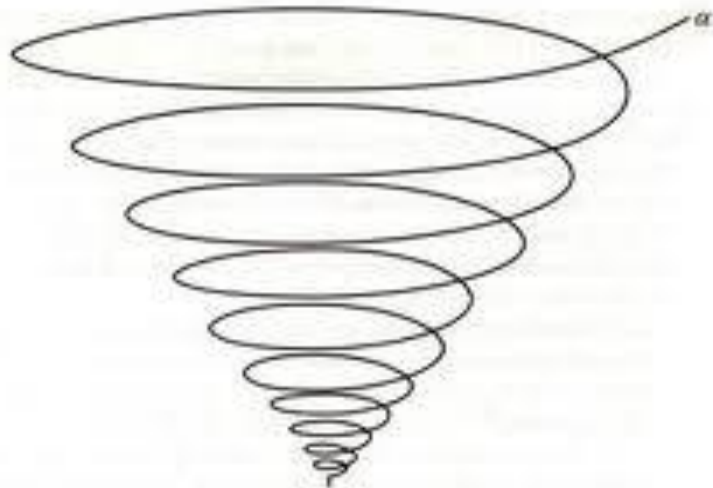
## Model schramm



## Model Dance

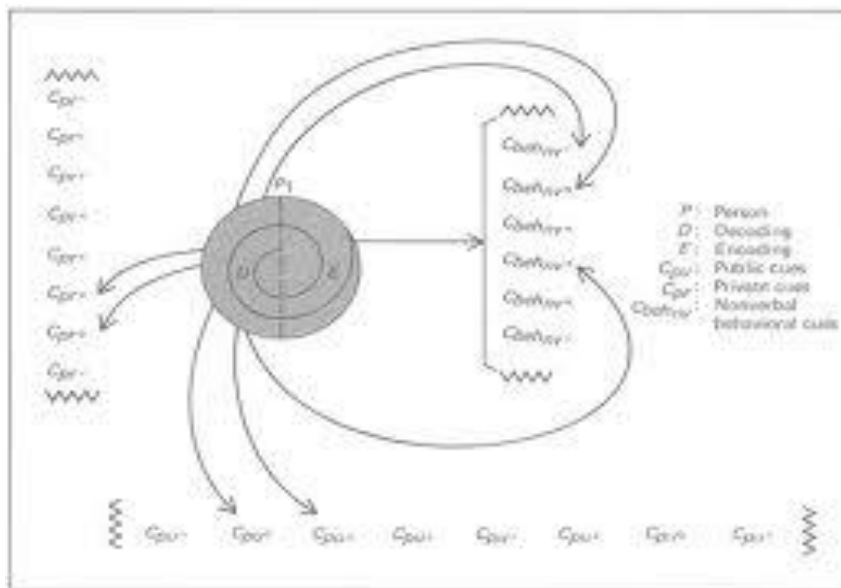
Chapter 2

---

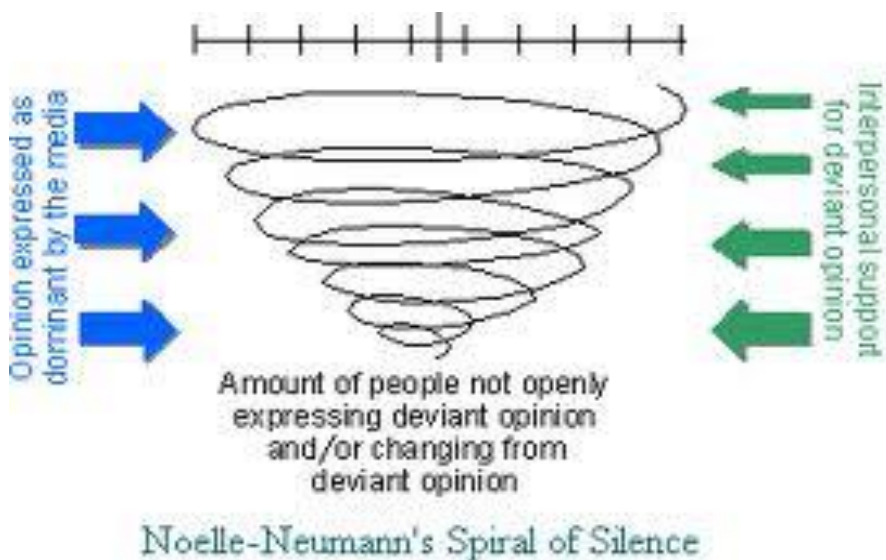


Dance's Model.

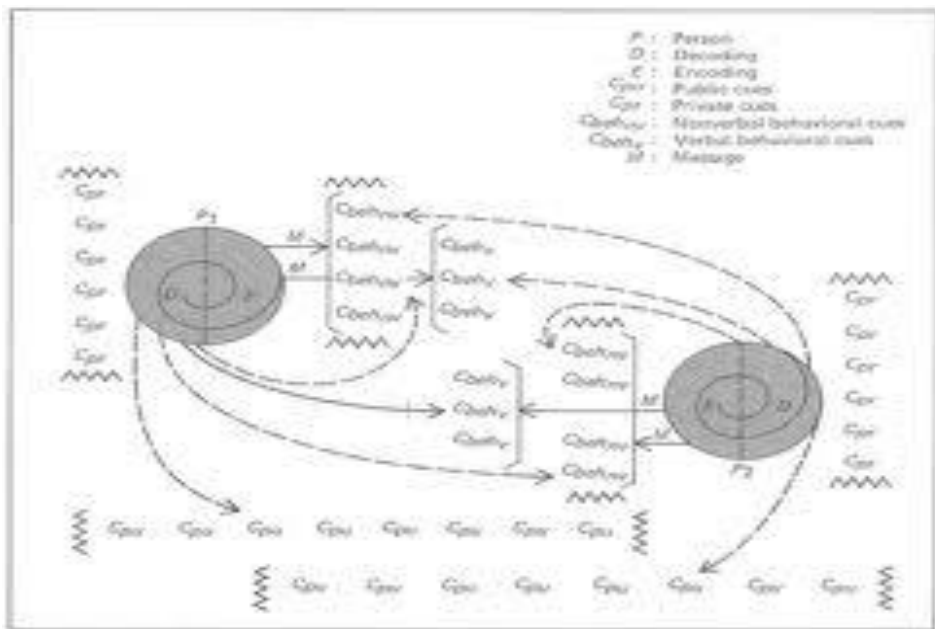
## Model Noelle Neumann



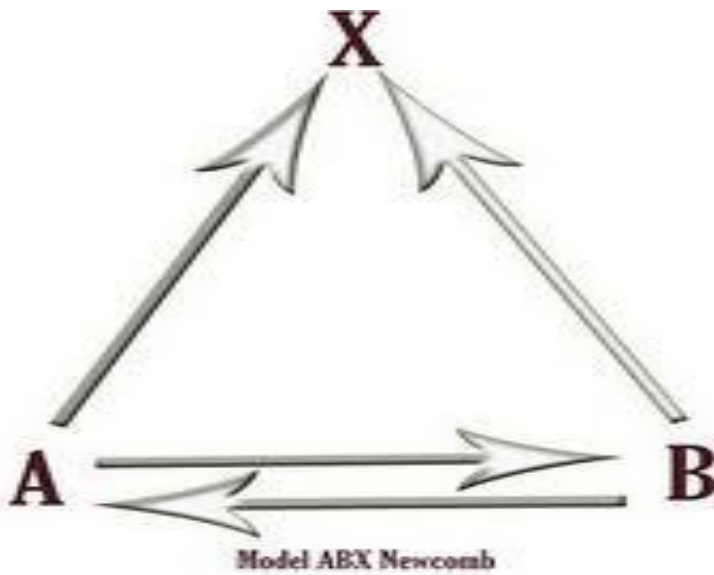
## Model Komunikasi Intrapribadi



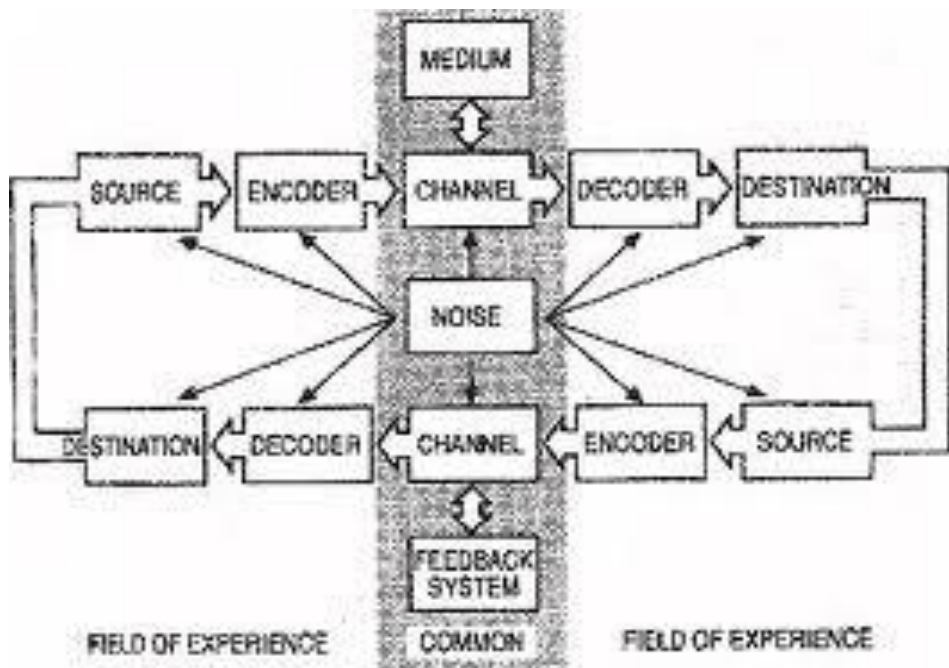
## Model Komunikasi Antar Personal



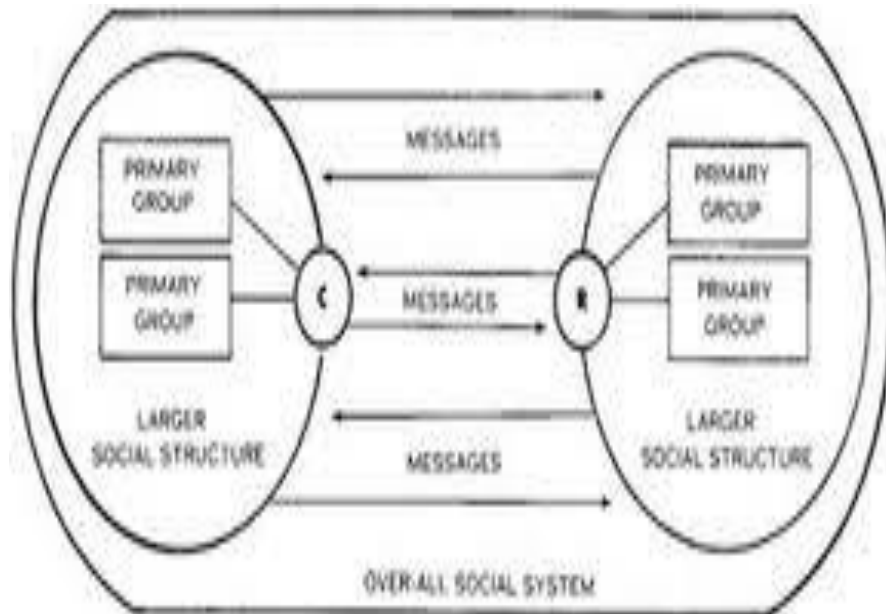
## Model Newcomb



## Model DeFleur



## Model Riley & Riley





## G. Rangkuman

Teori komunikasi adalah konseptualisasi atau penjelasan logis dan empiris tentang suatu fenomena atau peristiwa komunikasi yang terjadi dalam kehidupan manusia. Peristiwa komunikasi itu mencakup produksi, proses, dan pengaruh dari sistem-sistem tanda dan lambang yang terjadi dalam proses interaksi manusia. Teori memiliki sifat terbatas, karena teori pada dasarnya adalah konstruksi ciptaan individual manusia. Dalam arti, pengembangan suatu teori tergantung pada cara pandang si pencipta teori, sifat dan aspek hal yang diamati, serta kondisi-kondisi lain yang mengikat seperti waktu, tempat dan lingkungan di sekitarnya.

Tujuan teori komunikasi adalah untuk melihat, menemukan, mengorganisasikan dan merepresentasikan fakta-fakta dalam suatu peristiwa komunikasi. Oleh karena itu, teori komunikasi berfungsi sebagai alat untuk : mengorganisasikan dan menyimpulkan tentang sesuatu hal, memfokuskan, menjelaskan, pengamatan, membuat prediksi, heuristik, komunikasi, kontrol dan generatif.

Model secara sederhana bisa dipahami sebagai representasi suatu fenomena, baik nyata maupun abstrak dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting fenomena tersebut. Sebagai suatu gambaran yang sistematis sebuah model bisa menunjukkan berbagai aspek dari suatu proses. Model komunikasi adalah representasi fenomena komunikasi, baik nyata ataupun abstrak, dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting guna memahami suatu proses komunikasi. Model difahami sebagai cara untuk menunjukkan sebuah objek, yang didalamnya dijelaskan kompleksitas suatu proses, pemikiran dan hubungan antara unsur-unsur yang mendukungnya. Model lebih sebagai penyederhanaan teori yang disajikan dalam bentuk gambar. Selain itu, model juga berfungsi sebagai alat bantu untuk mempermudah penjelasan tentang fenomena komunikasi dengan merepresentasikan secara abstrak. Oleh karena itu model bisa disebut sebagai gambaran informal untuk menjelaskan atau menerapkan teori atau penyederhanaan teori.

Secara garis besar, model komunikasi yang dikembangkan oleh para ahli menggambarkan 2 (dua) hal, yaitu : Pertama, melihat komunikasi sebagai transmisi pesan. Dalam hal ini, model lebih menggambarkan bagaimana pengirim dan penerima mengkonstruksi pesan (encode) dan menerjemahkannya (decode), dan dengan bagaimana transmiter menggunakan saluran dan media komunikasi.

Model ini cenderung membahas kegagalan komunikasi dan melihat ke tahap-tahap dalam proses tersebut guna mengetahui di mana kegagalan tersebut terjadi. Sedangkan yang kedua, melihat komunikasi sebagai proses produksi dan pertukaran makna. Hal ini berkenaan dengan bagaimana pesan berinteraksi dengan orang-orang dalam menghasilkan makna.

Secara umum, model komunikasi dapat dijelaskan dengan 3 (tiga) bentuk, yaitu: *Pertama*, model komunikasi linear. Model ini di dasari paradigma stimulus – respons. Komunikator akan memberikan respons sesuai stimulus yang diterima. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pasif menerima pesan, pesan berlangsung satu arah dan relatif tanpa umpan balik, dan karenanya di sebut linear. *Kedua*, model komunikasi relasional atau sirkuler. Model ini menyatakan adanya umpan balik dengan intensitas yang lebih tinggi, di mana kedudukan antara komunikator dan komunikan relatif setara. *Ketiga*, model komunikasi konvergen atau spiral. Model ini lebih menggambarkan bagaimana aspek-aspek yang berbeda dari suatu proses komunikasi terus berubah dan berkembang dari waktu ke waktu.

## H. Latihan

1. Apa yang Anda ketahui tentang teori komunikasi?
2. Sebutkan salah satu teori komunikasi yang Anda ketahui berikut tokohnya. Apa pula komentar/kritik Anda terhadap teori itu?
3. Apa manfaat dan fungsi teori bagi pengembangan ilmu komunikasi?
4. Apakah setiap teori komunikasi memiliki modelnya?
5. Bagaimana pendapat Anda, jika muncul teori yang lebih baru apakah akan menghilangkan teori yang lama? Berikan argumentasi Anda secara logis.
6. Apakah model-model komunikasi yang dikemukakan para ahli komunikasi masih dianggap relevan untuk melukiskan peristiwa komunikasi saat ini? Berikan alasannya.

7. Apakah setiap peristiwa komunikasi dapat dibuatkan model komunikasinya? Jelaskan jawaban Anda dengan argumen yang logis.
8. Sebutkan salah satu model komunikasi yang Anda tahu berikut tokoh pencetusnya. Lalu, apa kritik Anda terhadap model tersebut?
9. Menurut Anda, model komunikasi apa yang tepat untuk menggambarkan interaksi dari orang yang berbeda latar belakang budaya? Berikan alasannya.
10. Jika Anda berkomunikasi dengan teman sekelas, model komunikasi apa yang tepat untuk menggambarkannya? Berikan alasannya.

## **BAB V**

### **TEORI KOMUNIKASI INTRAPERSONAL**

#### **A. Standar Kompetensi**

1. Mahasiswa dapat memahami makna dan proses komunikasi intrapersonal sebagai salah satu bentuk komunikasi.
2. Mahasiswa dapat memahami peran, fungsi, status, posisi, kepribadian dan lain sebagainya dengan menggunakan pendekatan teori-teori komunikasi intrapersonal.
3. Mahasiswa dapat meningkatkan kemampuan berkomunikasinya setelah memahami diri dan kepribadiannya.

#### **B. Pengertian Komunikasi Intrapersonal**

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang dilakukan oleh seorang individu dengan dirinya sendiri. Dalam konteks ini, seorang individu menempatkan posisinya sebagai pengirim dan penerima pesan sekaligus sehingga umpan balik yang dihasilkannya pun terjadi melalui proses internal yang berlangsung secara kontinu. Dalam komunikasi intrapersonal, aspek yang lebih menonjol adalah penggunaan bahasa dan pikiran seseorang. Pemahaman mengenai komunikasi intrapersonal menjadi sangat penting dalam menunjang proses keberhasilan atau keefektifan komunikasi. Sebab, pemahaman yang utuh tentang diri dan kepribadian seseorang akan ikut menentukan bagaimana seorang individu berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain. Oleh karena itu pula, komunikasi intrapersonal dapat menjadi pemicu bentuk komunikasi yang lainnya.

Diantara sekian banyak aktivitas dan fenomena komunikasi intrapersonal diantaranya adalah: berpikir, berdo'a, bersyukur, introspeksi diri, berimajinasi secara kreatif, dan lain sebagainya. Pemahaman mengenai diri pribadi ini berkembang secara dinamis sejalan dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam hidup seseorang. Dalam makna yang lebih mendalam, kita tidak terlahir dengan pemahaman akan siapa diri kita, tetapi perilaku kita selama ini memainkan peranan penting bagaimana kita membangun pemahaman terhadap diri pribadi.

Pengetahuan mengenai diri pribadi melalui proses-proses psikologis seperti persepsi dan kesadaran (*awareness*) terjadi saat berlangsungnya komunikasi intrapersonal oleh komunikator. Djalaluddin Rakhmat (1997), pengembangan kesadaran diri diperoleh melalui 3 (tiga) cara, yaitu :

**Pertama**, cermin diri (*reflective self*) terjadi saat kita menjadi subyek dan obyek di waktu yang bersamaan, sebagai contoh orang yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi biasanya lebih mandiri. **Kedua**, pribadi sosial (*social self*) adalah saat kita menggunakan orang lain sebagai kriteria untuk menilai konsep diri kita, hal ini terjadi saat kita berinteraksi. Dalam interaksi, reaksi orang lain merupakan informasi mengenai diri kita, dan kemudian kita menggunakan informasi tersebut untuk menyimpulkan, mengartikan, dan mengevaluasi konsep diri kita. Menurut pakar psikologi Jane Piaget, konstruksi pribadi sosial terjadi saat seseorang beraktivitas pada lingkungannya dan menyadari apa yang bisa dan apa yang tidak bisa ia lakukan. Contoh: Seseorang yang optimis tidak melihat kekalahan sebagai salahnya, bila ia mengalami kekalahan, ia akan berpikir bahwa ia mengalami nasib sial saja saat itu, atau kekalahan itu adalah kesalahan orang lain. Sementara seseorang yang pesimis akan melihat sebuah kekalahan itu sebagai salahnya, menyalahkan diri sendiri dalam waktu yang lama dan akan memengaruhi apapun yang mereka lakukan selanjutnya, karena itulah seseorang yang pesimis akan menyerah lebih mudah. **Ketiga**, perwujudan diri (*becoming self*). Dalam perwujudan diri (*becoming self*) perubahan konsep diri tidak terjadi secara mendadak atau drastis, melainkan terjadi tahap demi tahap melalui aktivitas sehari-hari kita. Walaupun hidup kita senantiasa mengalami perubahan, tetapi begitu konsep diri kita terbentuk, teori akan siapa kita akan menjadi lebih stabil dan sulit untuk diubah secara drastis. Contoh, bila kita mencoba mengubah pendapat orang tua kita dengan memberi tahu bahwa penilaian mereka itu harus diubah - biasanya ini merupakan usaha yang sulit. Pendapat pribadi kita akan 'siapa saya' tumbuh menjadi lebih kuat dan lebih sulit untuk diubah sejalan dengan waktu dengan anggapan bertambahnya umur maka bertambah bijak pula kita. Konsep diri adalah bagaimana kita memandang diri kita

sendiri, biasanya hal ini kita lakukan dengan penggolongan karakteristik sifat pribadi, karakteristik sifat sosial, dan peran sosial.

Menurut Fisher (1987), kesadaran pribadi (*self awareness*) memiliki beberapa elemen yang mengacu pada identitas spesifik dari individu . Elemen dari kesadaran diri adalah konsep diri, proses menghargai diri sendiri (*self esteem*), dan identitas diri kita yang berbeda beda (*multiple selves*).

### **Konsep Diri**

Konsep diri adalah bagaimana kita memandang diri sendiri, biasanya kita lakukan dengan memberikan penggolongan karakteristik sifat pribadi, karakteristik sifat social, dan peran social. Konsep diri erat kaitannya dengan pengetahuan. Makin baik atau tinggi pengetahuannya maka makin baik pula konsep dirinya. Sebaliknya apabila pengetahuannya rendah maka konsep dirinya rendah pula atau kurang baik.

### ***Self Esteem***

Sebagai manusia yang memiliki hati nurani dan harga diri maka sudah sewajarnya kalau kita bisa menghargai diri sendiri. Hal itu sangat diperlukan dalam membina hubungan social manusia dengan lingkungannya secara individu maupun kelompok masyarakat. Mempelajari self esteem adalah belajar untuk mengenali diri sendiri, belajar untuk melihat ke dalam diri sendiri, mencari dan menemukan potensi diri yang kita miliki.

### **Manfaat *Self Esteem***

1. Mampu mengenali potensi diri
2. Meningkatkan rasa percaya diri
3. Membangun apresiasi terhadap diri sendiri
4. Membangun motivasi diri
5. Memahami keberadaan anda
6. Meningkatkan bargaining position (posisi tawar) yang lebih baik

7. Sebagai “alarm” terhadap perlakuan baik / buruk dari orang lain

William Shakespeare :

*“Kita tahu siapa diri kita, tapi tidak tahu seberapa besar potensi yang ada dalam diri kita”*

Eleanor Roosevelt :

*“No one can make you feel inferior without your consent”*  
*Tidak ada yang dapat membuat anda rendah diri tanpa persetujuan anda.*

### ***Multiple Selves***

Tiap individu tentu memiliki karakteristik yang berbeda-beda, bahkan merupakan kombinasi dari beberapa karakteristik/ sifat, inilah yang disebut multiple selves. Hal ini juga yang membuat tiap individu berbeda dan unik. Misalnya : Nita adalah seorang wanita yang feminine, memiliki postur tubuh yang tinggi dan langsing serta sifatnya pendiam, teliti, dan cerdas/pandai. Sedangkan Eli adalah seorang wanita yang feminine, memiliki postur tubuh yang tingginya sama dengan Nita namun gemuk, sifatnya cuek, ceria, agak ceroboh, pelupa dan lebih pandai daripada Nita. Multiple Selves juga bisa dikategorikan sebagai gangguan psikologis seseorang yang memiliki kepribadian ganda.

### **Persepsi dan Konsep Diri**

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Konsep diri mempunyai peranan penting dalam menentukan perilaku individu. Individu memandang atau menilai dirinya sendiri akan tampak jelas dari seluruh perilakunya, dengan kata lain perilaku seseorang akan sesuai dengan cara individu memandang dan menilai dirinya sendiri.

## **Konsep Diri Positif**

- \* Yakin akan kemampuan menyelesaikan masalah
- \* Merasa setara dengan orang lain
- \* Menerima pujian tanpa rasa malu
- \* Menghargai perasaan orang lain
- \* Mampu introspeksi diri
- \* Dasar konsep diri positif adalah penerimaan diri

## **Konsep Diri Negatif**

- \* Peka terhadap kritik, tidak tahan terhadap kritik yang diterimanya dan mudah marah,
- \* Sangat responsif terhadap pujian,
- \* Hiperkritis terhadap orang lain, selalu mengeluh, mencela dan meremehkan,
- \* Cenderung merasa tidak disenangi orang lain,
- \* Bersikap pesimis terhadap kompetisi

## **C. Proses Pengelolaan Informasi**

Proses pengelolaan informasi dalam komunikasi intrapersonal melalui beberapa tahapan yakni sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. Sensasi adalah proses menangkap stimuli. Persepsi adalah proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru. Dengan kata lain, persepsi mengubah sensasi menjadi informasi. Memori adalah proses menyimpan informasi dan memanggilnya kembali. Berfikir adalah mengolah dan memanipulasikan informasi untuk memenuhi kebutuhan atau memberikan respon.

### **1. Sensasi**

Tahap paling awal dalam penerimaan informasi ialah sensasi. Sensasi berasal dari kata “sense”, artinya alat penginderaan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indra, “Benyamin B. Wolman”. Sensasi juga merupakan fungsi alat indra dalam menerima informasi



dari lingkungan sangat penting. Melalui alat indra, manusia dapat memahami kualitas fisik lingkungannya. Lebih dari itu, melalui alat indralah manusia memperoleh pengetahuan dan semua kemampuan untuk berinteraksidengan dunianya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, sensasi merupakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh alat-alat indera manusia untuk menginterpretasikan lingkungan disekitarnya.

## **2. Persepsi**

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi. Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori Persepsi seperti juga sensasi, ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional.

## **3. Memori**

Dalam komunikasi intrapersonal, memori memegang peranan penting dalam mempengaruhi baik persepsi maupun berpikir. Memori adalah sistem yang sangat berstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya (Schlessinger dan Groves, 1976). Setiap saat stimuli mengenai indra kita, setiap saat pula stimuli itu direkam secara sadar atau tidak sadar.oleh memori kita.

## **4. Berfikir**

Menurut Floyd L. Ruch, berpikir adalah manipulasi atau organisasi unsur-unsur lingkungan dengan menggunakan lambang-lambang sehinga tidak perlu langsung melakukan kegiatan yang tampak. Jelas berpikir melibatkan penggunaan lambang, visual, atau grafis. Berpikir kita lakukan untuk memahami realitas dalam rangka mengambil keputusan, memecahkan persoalan, dan menghasilkan yang baru.

## **D. Teori-Teori Komunikasi Intrapersonal**

### **1. Psikologi Sosial**

Psikologi sosial adalah suatu studi ilmiah tentang pengalaman dan tingkah laku individu-individu dalam hubungan dengan situasi sosial. Latar belakang timbulnya psikologi sosial berasal dari beberapa pendapat, misalnya Gabriel Tarde mengatakan, pokok-pokok teori psikologi sosial berpangkal pada proses imitasi sebagai dasar dari pada interaksi sosial antar manusia. Gustave Le Bon berpendapat bahwa pada manusia terdapat dua macam jiwa yaitu jiwa individu dan jiwa massa yang masing-masing berlainan sifatnya. Sigmund Freud berbeda dengan Le Bon, ia berpendapat bahwa jiwa massa itu sebenarnya sudah terdapat dan tercakup oleh jiwa individu, hanya saja tidak disadari oleh manusia itu sendiri karena memang dalam keadaan terpendam.

Pada tahun 1950 dan 1960 psikologi social tumbuh secara aktif dan program gelar dalam psikologi dimulai disebagian besar universitas. Dasar mempelajari psikologi social berdasarkan potensi-potensi manusia dimana potensi ini mengalami proses perkembangan setelah individu itu hidup dalam lingkungan. Potensi-potensi itu antara lain :

1. Kemampuan menggunakan bahasa
2. Adanya sikap etik
3. Hidup dalam 3 dimensi

### **2. Teori Pengolahan Informasi (*Information Processing Theory*)**

Teori ini menyatakan bahwa informasi mula-mula disimpan pada *sensory storage* (gudang inderawi), kemudian masuk short-term-memory (STM) lalu dilupakan atau dikoding untuk dimasukkan ke dalam long-term-memory (LTM). Otak manusia dianalogikan dengan komputer. Terdapat dua macam memori: memori ikonik untuk materi yang kita peroleh secara visual, dan memori ekosis untuk materi yang masuk secara auditif (melalui pendengaran). Penyimpanan disini berlangsung cepat, hanya berlangsung sepersepuluh sampai seperempat detik. Supaya dapat diingat, informasi harus dapat disandi (*encoded*) dan masuk pada STM. STM hanya mampu mengingat tujuh (plus atau minus dua) bit informasi. Jumlah bit informasi disebut rentangan memori (memori span). Untuk meningkatkan kemampuan STM, para psikolog menganjurkan kita untuk mengelompokkan informasi; kelompoknya

disebut chunk. Bila informasi dapat dipertahankan pada STM, ia akan masuk pada LTM. Inilah yang umumnya disebut sebagai ingatan. LTM meliputi periode penyimpanan informasi sejak semenit sampai seumur hidup. Kita dapat memasukkan informasi dari STM ke LTM dengan *chunking*, *rehearsals*, *clustering*, atau *method of loci*.

### **3. Teori Aus**

Teori ini dikembangkan oleh Hunt, dengan Menurut teori ini, memori hilang atau memudar karena waktu. Seperti otot, memori kita baru kuat bila dilatih terus menerus. Namun menurut Hunt, makin sering mengingat, makin jelek kemampuan mengingat. Dimana tidak selamanya waktu dapat mengauskan memori.

### **4. The Johari Window Theory**

Teori ini dikembangkan oleh Psikolog Joseph Luft dan Harry Ingham untuk program proses kelompok mereka. Model tersebut sebagai jendela komunikasi melalui mana seorang individu memberi dan menerima informasi tentang dirinya sendiri dan orang lain. Model teori Jendela Johari terdiri atas 4 kuadran, yaitu :

#### **Quadrant 1: *Open Area***

*What is known by the person about him or herself and is also known by others.* Berisi hal-hal yang seorang individu ketahui tentang dirinya dan juga diketahui oleh orang lain. Open area ditandai dengan pertukaran informasi antara seorang individu dan orang lain dengan bebas. Pada kuadran ini terdapat tingkat kepercayaan antar seorang individu yang tinggi, sehingga dengan mudahnya berbagi informasi tentang hal-hal yang pribadi.

#### **Quadrant 2: *Blind Area, or “Blind Spot”***

*What is unknown by the person about him or herself but which others know.*

Berisi informasi yang seorang individu tidak tahu tentang dirinya sendiri, tapi diketahui oleh orang lain. Orang lain mendapatkannya melalui komunikasi non verbal yang dia lakukan. Misalnya melalui sikap, cara berperilaku, cara mengatakan sesuatu hal, atau gaya di mana seseorang berhubungan dengan orang lain. Seorang individu mungkin tidak tahu atau sadar bahwa dirinya selalu berpaling dari seseorang ketika dia berbicara atau dia selalu berdehem atau

mengumumkan sebelum mengatakan atau berbicara mengenai sesuatu hal.

### **Quadrant 3: *Hidden or Avoided Area***

*What the person knows about him/herself that others do not.*  
Berisi informasi yang seorang individu tahu tentang dirinya sendiri, tetapi orang lain tidak tahu. Ia Ingin dinilai positif ketika mengungkapkan perasaan, pikiran dan reaksinya. Di sisi lain, dia pun dapat menyimpan informasi tertentu (rahasia) untuk dirinya sendiri sehingga dia bisa memanipulasi atau mengendalikan orang lain.

### **Quadrant 4: *Unknown Area***

*What is unknown by the person about him/herself and is also unknown by others.*  
Berisi hal-hal yang baik yang tidak diketahui oleh seseorang maupun orang lain mengenai hal-hal tentang dirinya. Seorang individu mungkin tidak pernah menyadari bahwa hal tersebut terkubur jauh di bawah permukaan di daerah bawah sadarnya. Daerah ini diketahui merupakan dinamika intrapersonal, seperti kenangan masa kecil, potensi laten, dan sumber daya (kemampuan atau potensi diri) yang belum diakui.

## **E. Rangkuman**

Komunikasi interpersonal adalah konteks komunikasi yang dilakukan oleh seorang individu dengan menjadikan dirinya sekaligus sebagai pengirim dan penerima pesan. Bentuk komunikasi ini sering dialami oleh setiap individu manusia seperti : berdo'a, melakukan introspeksi diri (*muhasabah*), melamun atau berkhayal, berbicara dalam hati dan lain sebagainya.

Proses pengelolaan informasi dalam komunikasi intrapersonal melalui beberapa tahapan yakni sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. Sensasi adalah proses menangkap stimuli. Persepsi adalah proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru. Dengan kata lain, persepsi mengubah sensasi menjadi informasi. Memori adalah proses menyimpan informasi dan memanggilnya kembali. Berfikir adalah

mengolah dan memanipulasikan informasi untuk memenuhi kebutuhan atau memberikan respon.

Pemahaman diri pribadi ini berkembang sejalan dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam hidup manusia. Sebab, manusia tidak terlahir dengan pemahaman akan siapa dirinya, tetapi perilaku manusia selama ini memainkan peranan penting bagaimana seseorang membangun pemahaman dirinya sendiri. Kesadaran pribadi (*self awareness*) memiliki beberapa elemen yang mengacu pada identitas spesifik dari individu. Elemen dari kesadaran diri adalah konsep diri, proses menghargai diri sendiri (*self esteem*), dan identitas diri manusia yang berbeda-beda (*multiple selves*).

Adapun teori-teori komunikasi intrapersonal diantaranya : teori psikologi sosial, teori pengolahan informasi, teori asyraf dan teori Jendela Johari.

## **F. Latihan**

1. Apa yang Anda ketahui dari komunikasi intrapersonal?
2. Seberapa besar pengaruh watak dan kepribadian terhadap proses komunikasi? Beri ulasan secukupnya.
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu objek? Uraikan secara rinci.
4. Ceritakan apa pengalaman hidup Anda yang paling membahagiakan dan paling menyedihkan (Sebutkan konteks besarnya saja).
5. Seberapa jauh pengalaman-pengalaman (membahagiakan dan menyedihkan) itu berdampak pada pembentukan kepribadian Anda? Jawab secara jujur.
6. Apa yang Anda ketahui dari ciri-ciri orang yang memiliki konsep diri tertutup dan terbuka? Beri ulasan secukupnya.
7. Sejahtera faktor lingkungan sosial berpengaruh terhadap kepribadian dan watak seseorang? Uraikan berikut contoh konkritnya.
8. Bagaimana menurut Anda langkah untuk menjaga dan membina kepribadian yang baik? Jelaskan secara logis.
9. Bagaimana menurut pandangan Anda ketika melihat ada orang gila yang sedang berbicara sendiri? Apakah itu termasuk kategori komunikasi intrapersonal? Jelaskan alasan Anda secara logis.

10. Jika teori Jendela Johari digunakan untuk menilai diri dan kepribadian kita, Anda sendiri kira-kira termasuk kategori atau quadrant yang mana? Berikan argumentasi Anda secara logis dan objektif.

## **BAB VI**

### **TEORI KOMUNIKASI INTERPERSONAL**

#### **A. Standar Kompetensi**

1. Mahasiswa dapat memahami makna, proses dan dinamika komunikasi interpersonal/antarpersonal dalam konteks membina hubungan dengan sesama.
2. Mahasiswa dapat menguasai teori-teori komunikasi interpersonal/antarpersonal sebagai bahan analisis untuk melihat peristiwa komunikasi dalam proses interaksi sehari-hari.
3. Mahasiswa dapat memiliki ketrampilan dan kecakapan dalam komunikasi dengan sesama.

#### **B. Pengertian Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal/antarpersonal adalah proses interaksi melalui pertukaran makna yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan menggunakan bahasa verbal dan nonverbal sebagai media utamanya. Komunikasi interpersonal/antarpersonal merupakan komunikasi dari mulut ke mulut yang terjadi dalam interaksi tatap muka antara beberapa pribadi. Komunikasi interpersonal/antarpersonal dianggap paling efektif dalam hal upaya mengubah sikap, perilaku, atau pendapat seseorang, karena sifatnya dialogis, berupa percakapan. Dalam proses komunikasi ini, seorang komunikator bisa mengetahui tanggapan dari komunikan saat itu juga.

Karakteristik dalam konteks komunikasi antar personal menurut Barnlund (dalam Alo Liliweri, 1991) antara lain:

1. Bersifat spontan.
2. Tidak berstruktur.
3. Kebetulan.
4. Tidak mengejar tujuan yang direncanakan.
5. Identitas keanggotaan tidak jelas.
6. Terjadi sambil lalu.

Sedangkan menurut Edna Rogers (2002), karakteristik komunikasi antarpersonal antara lain:

1. Arus pesan dua arah.
2. Konteks komunikasi dua arah.
3. Tingkat umpan balik tinggi.
4. Kemampuan mengatasi selektivitas tinggi.
5. Kecepatan jangkauan terhadap khalayak relatif lambat.
6. Efek yang terjadi perubahan sikap.

Proses komunikasi interpersonal/antarpersonal memiliki beberapa ciri yang khas yang membedakannya dengan komunikasi lainnya, ciri-ciri itu diantaranya yaitu :

- *Feedback* bersifat langsung
- Tanggapan komunikasi dapat segera diketahui
- Terkait dengan aspek hubungan
- Pesan biasanya lebih pribadi
- *Face to face* (tatap muka)

### **C. Sistem Komunikasi Interpersonal**

Sebagai suatu proses yang dinamis, komunikasi interpersonal/antarpersonal memiliki sistem yang dibangun atas beberapa subsistem-subsistem yang saling berkaitan, yaitu : persepsi interpersonal, konsep diri, atraksi interpersonal dan hubungan interpersonal.

#### **Persepsi Interpersonal**

Objek Persepsi Interpersonal adalah manusia. Oleh karena itu, Persepsi Interpersonal dapat didefinisikan dengan pandangan, pemahaman, pengalaman, kesan dan penilaian seseorang terhadap orang lain baik berupa gambaran fisik, sikap, tindakan, motivasi maupun kepribadiannya. Dalam prosesnya, Persepsi Interpersonal yang kita lakukan mungkin saja terjadi kesalahan. Hal ini dimungkinkan karena adanya :

- *Impression management*
- *Stereotyping*; dan



- Ketidakmampuan dalam menafsirkan pesan dengan benar.

## **Konsep Diri**

Yaitu pandangan dan perasaan kita tentang diri kita, baik berupa fisik, psikologis maupun social yang datang dari pengalaman dan interaksi kita dengan orang lain. Kecenderungan orang untuk berperilaku sesuai dengan konsep dirinya disebut *self-fulfilling prophecy*.

## **Atraksi Interpersonal**

Adalah ketertarikan kita kepada orang lain karena adanya sikap positif dan daya tariknya sehingga membentuk rasa suka. Ketertarikan kita kepada orang tidak hadir atau muncul secara tiba-tiba, melainkan hadir dalam suatu proses komunikasi yang intens dan mendalam. Ada beberapa aktor-Faktor yang mempengaruhi atraksi interpersonal yaitu:

- Faktor Personal seperti : Kesamaan karakteristik, tekanan emosional, harga diri yang rendah, dan isolasi sosial.
- Faktor situasional seperti : Daya tarik fisik, ganjaran (*reward*), familiarity, kedekatan (*proximity*), kemampuan (*competence*).

## **Hubungan Interpersonal**

Adalah suatu konteks yang menjelaskan kekuatan relasi yang lebih bersifat personal dari pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi. Suatu hubungan dalam proses komunikasi interpersonal dijalin atas 3 (tiga) faktor, yaitu : (1) percaya (*trust*), (2) sikap suportif, dan (3) sikap terbuka.

Perhatikan konteks komunikasi dibawah ini :

*Sebutkan dimana alamat kamu!*

*Dimana anda tinggal?*

*Bolehkah saya tahu dimana alamat bapak?*

*Sudi kiranya bapak berkenan menyebutkan alamat bapak?*

Kalimat-kalimat diatas menunjukkan bukan hanya proses penyampaian pesan, tapi juga mendefinisikan hubungan interpersonal.

### **Model-model hubungan Interpersonal**

1. Model pertukaran sosial : Hubungan ditinjau dari segi ganjaran dan biaya.
2. Model peranan : individu bertindak sesuai dengan ekspedisi peranan (*role expectation*) dan tuntutan peranan (*role demands*), ketrampilan peranan (*role skills*) dan terhindar dari konflik peranan dan kerancuan peranan.
3. Model permainan : orang berhubungan dengan orang lain dengan bermacam-macam permainan dan menampilkan kepribadian yang berbeda dalam tiap-tiap permainan (orang tua, dewasa, anak).
4. Model interaksional : Gabungan dari 3 model diatas.

### **D. Peranan Komunikasi Inter/Antarpersonal**

Menurut Johnson (dalam Supratiknya, 1995), komunikasi interpersonal memiliki peranan yang sangat besar dalam rangka menciptakan kebahagiaan hidup manusia. Peranan itu diantaranya adalah :

*Pertama*, komunikasi antar pribadi membantu perkembangan intelektual dan sosial kita. Perkembangan sejak masa bayi sampai masa dewasa mengikuti pola semakin meluasnya ketergantungan kita kepada orang lain. Diawali dengan ketergantungan atau komunikasi yang intensif dengan ibu pada masa bayi, lingkran ketergantungan atau komunikasi itu menjadi semain luas dengan bertambahnya usia kita. Bersamaan dengan itu perkembangan intelaktual dan sosial kita sangat ditentukan oleh kualitas komunikasi kita dengan orang lain. *Kedua*, identitas atau jati diri kita terbntuk lewat dalam dan lewat komunikasi dengan orang lain. Selama

berkomunikasi dengan orang lain secara sadar maupun tidak sadar kita mengamati, memperhatikan dan mencatat dalam hati semua tanggapan yang diberikan oleh orang lain terhadap diri kita. Kita menjadi tahu bagaimana pandangan orang lain itu tentang diri kita. Berkat pertolongan komunikasi dengan orang lain kita menemukan diri yaitu mengetahui siapa diri kita sebenarnya. **Ketiga**, dalam rangka memahami realitas disekeliling kita serta menguji kebenaran kesan-kesan dan pengertian yang kita miliki tentang dunia di sekitar kita, kita perlu membandingkannya dengan kesan-kesan dan pengertian orang lain tentang realitas yang sama. Tentu saja perbandingan sosial (*Social Comparison*) semacam itu hanya dapat kita lakukan lewat komunikasi dengan orang lain. **Keempat**, kesehatan mental kita sebagian besar juga ditentukan oleh kualitas komunikasi atau hubungan kita dengan orang lain, lebih-lebih orang yang merupakan tokoh-tokoh signifikan dalam hidup kita. Bila hubungan kita dengan orang lain diliputi masalah, maka tentu kita akan menderita, merasa sedih, cemas dan frustrasi. Bila kemudian kita menarik diri dan menghindari dari orang lain, maka rasa sepi dan terasing yang kita alami pun tentu akan menimbulkan penderitaan, bukan hanya penderitaan emosional atau batin bahkan mungkin juga penderitaan fisik.

### **E. Faktor yang Mempengaruhi Individu dalam Komunikasi Antarpribadi**

Suatu proses komunikasi sesungguhnya menunjukkan peristiwa yang dinamis dan sangat kompleks. Dalam konteks ini, peristiwa komunikasi acapkali dipengaruhi oleh berbagai faktor yang tidak tampak tapi memiliki kontribusi yang sangat besar dalam proses keberhasilan komunikasi. Di bawah ini ada beberapa faktor yang secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap jalannya proses komunikasi interpersonal. Faktor-faktor yang tak kasat mata diantaranya :

#### 1) *Meaning* (makna).

Ketika simbol ada, maka makna itu ada dan bagaimana cara menanggapinya. Intonasi suara, mimik muka, kata-kata, gambar dan sebagainya. Semua itu merupakan simbol yang mewakili

suatu makna. Misalnya intonasi yang tinggi dimaknai dengan kemarahan, kata pohon mewakili tumbuhan dan sebagainya.

2) *Learning.*

Interpretasi makna terhadap simbol muncul berdasarkan pola-pola komunikasi yang diasosiasikan pengalaman, interpretasi muncul dari belajar yang diperoleh dari pengalaman. Interpretasi muncul disegala tindakan mengikuti aturan yang diperoleh melalui pengalaman. Pengalaman merupakan rangkaian proses memahami pesan berdasarkan yang kita pelajari. Jadi makna yang kita berikan merupakan hasil belajar. Pola-pola atau perilaku komunikasi kita tidak tergantung pada turunan/genetik, tapi makna dan informasi merupakan hasil belajar terhadap simbol-simbol yang ada di lingkungannya. Membaca, menulis, menghitung adalah proses belajar dari lingkungan formal. Jadi, kemampuan kita berkomunikasi merupakan hasil learning (belajar) dari lingkungan.

3) *Subjectivity.*

Pengalaman setiap individu tidak akan pernah benar-benar sama, sehingga individu dalam meng-encode (menyusun atau merancang) dan men-decode (menerima dan mengartikan) pesan tidak ada yang benar-benar sama. Interpretasi dari dua orang yang berbeda akan berbeda terhadap objek yang sama.

4) *Negotiation.*

Komunikasi merupakan pertukaran symbol. Pihak-pihak yang berkomunikasi masing-masing mempunyai tujuan untuk mempengaruhi orang lain. Dalam upaya itu terjadi negosiasi dalam pemilihan simbol dan makna sehingga tercapai saling pengertian. Pertukaran simbol sama dengan proses pertukaran makna. Masing-masing pihak harus menyesuaikan makna satu sama lain.

5) *Culture.*

Setiap individu adalah hasil belajar dari dan dengan orang lain. Individu adalah partisipan dari kelompok, organisasi dan anggota masyarakat. Melalui partisipasi berbagi simbol dengan orang lain, kelompok, organisasi dan masyarakat. Simbol dan makna adalah bagian dari lingkungan budaya yang kita terima dan kita adaptasi.

Melalui komunikasi budaya diciptakan, dipertahankan dan dirubah. Budaya menciptakan cara pandang (*point of view*).

6) *Interacting levels and context.*

Komunikasi antar manusia berlangsung dalam bermacam konteks dan tingkatan. Lingkup komunikasi setiap individu sangat beragam mulai dari komunikasi antar pribadi, kelompok, organisasi, dan massa.

7) *Self reference.*

Perilaku dan simbol-simbol yang digunakan individu mencerminkan pengalaman yang dimilikinya, artinya sesuatu yang kita katakan dan lakukan dan cara kita menginterpretasikan kata dan tindakan orang adalah refleksi makna, pengalaman, kebutuhan dan harapan-harapan kita.

8) *Self reflexivity.*

Kesadaran diri (*self-consciousness*) merupakan keadaan dimana seseorang memandang dirinya sendiri (cermin diri) sebagai bagian dari lingkungan. Inti dari proses komunikasi adalah bagaimana pihak-pihak memandang dirinya sebagai bagian dari lingkungannya dan itu berpengaruh pada komunikasi.

9) *Inevitability.*

Kita tidak mungkin tidak berkomunikasi. Walaupun kita tidak melakukan apapun tetapi diam kita akan tercermin dari nonverbal yang terlihat, dan itu mengungkap suatu makna komunikasi.

## **F. Ciri Efektivitas Komunikasi Antar Pribadi**

Menurut Arvind Kumar (dalam warta ilmiah populer komunikasi dalam pembangunan vol. 9, No.1, 2006) terdapat lima ciri efektivitas komunikasi antarpribadi, yaitu sebagai berikut:

*Pertama*, keterbukaan. Dalam konteks ini, keterbukaan merupakan modal penting bukan hanya dalam komunikasi, tetapi di dalam seluruh kehidupan manusia, terutama di dalam

proses belajar atau pendidikan yang memang harus berlangsung sepanjang hayat. Keterbukaan memungkinkan dan memudahkan seseorang untuk menerima gagasan atau pendapat orang lain serta belajar dari orang-orang lain. **Kedua**, empati. Yaitu kemampuan mental menempatkan diri kita diposisi orang lain akan sangat membantu terbentuknya saling pengertian dan akan memperlancar proses komunikasi dan meningkatkan efektivitasnya. **Ketiga**, dukungan. Proses saling mendukung antara orang-orang yang berkomunikasi mutlak diperlukan guna meningkatkan efektifitas komunikasi itu. Tidak ada sabot-menyabot atau jegal-menjegal karena perilaku ini sangat bertentangan dengan tujuan dan maksud berkomunikasi, yakni membangun saling pengertian. **Keempat**, sikap positif. Bersikap positif baik ketika mengemukakan pendapat atau gagasan yang bertentangan maupun gagasan yang mendukung, karena rasa positif itu sudah dengan sendirinya mendukung proses pelaksanaan komunikasi yang efektif. Kelima, kesetaraan. Di dalam komunikasi antarpribadi setiap orang hendaklah menerima setiap anggota komunikasi lain sama atau setara, dan tidak ada tempat untuk suatu sikap, samar-samar, angkuh yang bertentangan dengan maksud dan tujuan komunikasi itu.

## **G. Keterampilan Dasar Berkomunikasi**

Agar mampu memulai, mengembangkan dan memelihara komunikasi yang akrab, hangat dan produktif dengan orang lain, kita perlu mempunyai sejumlah ketrampilan dasar dalam berkomunikasi. Menurut Johnson (dalam Supratiknya, 1995), setidaknya ada beberapa ketrampilan dasar yang penting dimiliki oleh seseorang, diantaranya :

**Pertama**, kita harus mampu saling memahami. Secara rinci kemampuan ini mencakup beberapa sub kemampuan yaitu sikap percaya, pembukaan diri, keinsafan diri dan penerimaan diri. Agar dapat saling memahami pertama-tama kita harus saling percaya. Sesudah saling percaya kita harus membuka diri yakni saling mengungkapkan tanggapan kita terhadap situasi yang kita hadapi, termasuk kata-kata yang diucapkan atau perbuatan yang dilakukan oleh lawan komunikasi kita.

Untuk dapat membuka diri seperti itu, tentu saja sebelumnya kita harus menginsafi diri kita, yaitu menyadari perasaan-perasaan kita maupun tanggapan-tanggapan batin lainnya. Namun untuk sampai pada keinsafan diri semacam itu, kita perlu menerima diri, menerima dan mengakui perasaan-perasaan kita, bukan menyangkal, menekan, atau menyembunyikannya. Selain itu tentu saja kita juga harus mampu mendengarkan orang lain. Membuka diri kepada orang lain dan menerima dan mendengarkan dengan penuh perhatian ketiak orang lain sedang membuka diri kepada kita adalah cara jitu untuk memulai dan memelihara komunikasi. **Kedua**, kita harus mengkomunikasikan pikiran dan perasaan kita secara tepat dan jelas. Kemampuan ini juga harus disertai kemampuan menunjukkan sikap hangat dan rasa senang serta kemampuan mendengarkan dengan cara yang akan menunjukkan bahwa kita memahami lawan komunikasi kita. Dengan saling mengungkapkan pikiran-perasaan dan saling mendengarkan, kita memulai, mengembangkan, dan memelihara komunikasi dengan orang lain. **Ketiga**, kita harus mampu saling menerima dan memberikan dukungan atau saling menolong. Kita harus mampu menanggapi keluhan orang lain dengan cara-cara yang bersifat menolong yaitu menunjukkan sikap memahami dan bersedia menolong dan memberikan bombongan dan contoh seperlunya, agar orang tersebut mampu menemukan pemecahan-pemecahan yang konstruktif terhadap masalahnya. **Keempat**, kita harus memecahkan konflik dan bentuk-bentuk masalah antarpribadi lain yang mungkin muncul dalam komunikasi kita dengan orang lain meluui cara-cara yang konstruktif. Artinya, dengan cara-cara yang semakin mendekatkan kita dengan lawan komunikasi kita dan menjadikan komunikasi kita itu semakin tumbuh dan berkembang. Kemampuan ini sangat penting untuk mengembangkan dan menjaga kelangsungan komunikasi kita.

## **H. Teori-Teori Komunikasi Inter/Antarpersonal**

### **1. Teori Interaksi Simbolik (*Symbolic Interactionism Theory*)**

Tokoh utamanya adalah George Herbert Mead 1863-1931. Inti utama teori ini menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh simbol yang diberikan oleh orang lain, demikian pula perilaku orang tersebut. Melalui pemberian isyarat berupa simbol, maka kita dapat mengutarakan perasaan, pikiran, maksud, dan sebaliknya dengan cara membaca simbol yang ditampilkan oleh orang lain. Ada 3 ide dasar dalam teori ini, yaitu :

1. *Mind* (pikiran), mengisyaratkan pentingnya makna dalam perilaku manusia;
2. *Self* (konsep diri);
3. *Society* (masyarakat), menggambarkan hubungan individu dengan masyarakat.

### **2. Teori Pelanggaran Harapan (*Expectancy Violation Theory*)**

Teori ini sering juga disebut dengan teori Pelanggaran harapan atau teori Penyimpangan Dugaan. Tokoh tamanya adalah Judee K. Burgoon. Teori ini awalnya dinamakan Nonverbal *Expectancy Violation Theory*. Namun Burgoon kemudian menghilangkan Nonverbal menjadi *Expectancy Violation Theory* (EVT) karena teori tersebut kini mengkaji masalah melebihi wilayah komunikasi nonverbal.

Inti Teori Pelanggaran Harapan (*Expectancy Violations Theory*) menyatakan bahwa orang memiliki harapan mengenai perilaku nonverbal orang lain. Ekspektasi atau dugaan ini terbentuk berdasarkan norma-norma sosial maupun pengalaman kita sebelumnya dengan orang lain dan situasi dimana perilaku tersebut terjadi. Dugaan ini dapat melibatkan hampir semua perilaku nonverbal, misalnya kontak mata, jarak, dan sudut tubuh.

Interaksi orang dapat dilihat dari dua aspek, yaitu : ruang dan kewilayahan.



Dalam aspek ruang, terdapat empat zona proksemik, yaitu :

1. Jarak Intim : 0 – 18 inc
2. Jarak Personal : 46 cm – 1,2 m
3. Jarak Sosial : 1,2 m – 3,6 m
4. Jarak Publik : 3,7 m lebih

Dalam aspek kewilayahan (*territoriality*) atau kepemilikan seseorang terhadap suatu area atau benda terdapat 3 area, yaitu :

1. Wilayah Primer (*primary territories*) merupakan wilayah eksklusif seseorang, contoh; ruang kerja seseorang.
2. Wilayah Sekunder (*secondary territories*), tidak eksklusif kepada satu orang saja, tetapi orang tersebut merasakan hubungan khusus dengan wilayah itu. Contoh; mahasiswa merasa perpustakaan kampus adalah wilayah sekunder mereka.
3. Wilayah publik (*public territories*) menandai tempat-tempat terbuka untuk semua orang termasuk pantai dan taman.

### **3. Teori Penipuan Antar Individu (*Interpersonal Deception Theory*).**

Dicetuskan oleh David Buller dan Judee K. Burgoon. Tradisi yang mendasari adalah sosiopsikologis. Teori ini lebih tepat dengan istilah teori **kebohongan**. Orang bisa berbohong karena maksud-maksud tertentu seperti : untuk tidak menyakiti orang lain, menyerang orang lain, menghindari masuk konflik, berpura-pura empati, membuat orang senang, mencari perhatian dan sebagainya.

Ciri-ciri kebohongan yaitu :

1. Pesan tidak mengandung kepastian.
2. Dalam penyampaian pesannya komunikator tidak segera menjawab.

3. Pesan yang disampaikan itu tidak relevan dengan topik.
4. Dalam berperilaku saat berkomunikasi pengirim berupaya untuk menjaga hubungan dan citra.
5. Pelakunya diliputi perasaan bersalah dan keraguan.

#### **4. Teori Akomodasi Komunikasi (*Communication Accomodation Theory*).**

Teori ini dikemukakan oleh Howard Giles. Tradisi yang melatarbelakangi adalah sosiopsikologis. Inti teori ini menyatakan bahwa orang akan beradaptasi terhadap kecepatan bicara, jeda, senyuman, tatapan mata, perilaku verbal dan nonverbal lainnya dari lawan bicaranya. Teori ini berkaitan dengan penyesuaian interpersonal dalam interaksi. Hal ini didasarkan pada observasi bahwa komunikator sering kelihatannya menirukan perilaku satu sama lain.

#### **5. Teori Ketidakcocokan Pikiran (*Dissonance Cognitive Theory*).**

Teori ini diperkenalkan oleh Leon Festinger 1957. Disonansi kognitif adalah teori yang membahas tentang perasaan ketidaknyamanan yang diakibatkan oleh sikap, pemikiran, dan perilaku yang tidak konsisten. Metode untuk mengurangi disonansi dengan (1) Mengurangi pentingnya keyakinan disonan kita; (2) Menambahkan keyakinan yang konsonan; (3) Menghapuskan disonan dengan cara tertentu.

Asumsi-asumsi Teori Disonansi Kognitif , yaitu :

1. Manusia memiliki hasrat akan adanya konsistensi pada keyakinan, sikap, dan perilakunya.
2. Disonansi diciptakan oleh inkonsistensi psikologis.
3. Disonansi adalah perasaan tidak suka yang mendorong orang untuk melakukan tindakan-tindakan dengan dampak yang dapat diukur.

4. Disonansi akan mendorong usaha untuk memperoleh konsonansi dan usaha untuk mengurangi disonansi.

## 6. Teori Model Pengungkapan Diri (*Self Disclosure Theory*).

Teori ini diperkenalkan oleh Sidney Jourard dan Joseph Luft. *Self-disclosure* merupakan proses mengungkapkan informasi pribadi kita pada orang lain ataupun sebaliknya (curhat). Meskipun *self-disclosure* mendorong adanya keterbukaan, namun keterbukaan itu memiliki batas. Pengaturan batasan memerlukan pertimbangan dan pikiran. Orang membuat keputusan mengenai bagaimana dan kapan untuk memberi tahu, dan mereka memutuskan mengenai bagaimana merespon permintaan orang lain. *Joseph Luft* mengemukakan teori *self-disclosure* lain yang didasarkan pada model interaksi manusia, yang disebut *Johari Window*, seperti berikut ini:

	Saya Tahu	Saya Tidak Tahu
Orang lain tahu	(1) Terbuka	(2) Buta
orang lain tidak tahu	(3) Tersembunyi	(4) Tidak Kenal

Jendela Johari terdiri dari 4 bingkai. Masing-masing bingkai berfungsi menjelaskan bagaimana tiap individu bisa memahami diri sendiri maka dia bisa mengendalikan sikap dan tingkah lakunya di saat berhubungan dengan orang lain.

*Bingkai 1*, menunjukkan orang yang terbuka terhadap orang lain. Keterbukaan itu disebabkan dua pihak (saya dan orang lain) sama-sama mengetahui informasi, perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi, gagasan, dan lain-lain. Johari menyebutnya “bidang terbuka”, suatu bingkai yang paling ideal dalam hubungan dan komunikasi antar pribadi.

*Bingkai 2*, adalah bidang buta. “Orang Buta” merupakan orang yang tidak mengetahui banyak hal tentang dirinya sendiri namun orang lain mengetahui banyak hal tentang dia.

*Bingkai 3*, disebut “bidang tersembunyi” yang menunjukkan keadaan bahwa pelbagai hal diketahui diri sendiri namun tidak diketahui orang lain.

*Bingkai 4*, disebut “bidang tidak dikenal” yang menunjukkan keadaan bahwa pelbagai hal tidak diketahui diri sendiri dan orang lain.

### **7. Teori Pengurangan Ketidakpastian (*Uncertainty Reduction Theory*).**

Teori ini diciptakan oleh Charles Berger dan Richard Calabrese pada tahun 1975. Teori ini lebih tepat digunakan ketika bertemu dengan orang asing. Teori ini memiliki 7 (tujuh) asumsi, yaitu :

1. Seseorang mengalami ketidakpastian dalam hubungan interpersonal.
2. Ketidakpastian adalah suatu keengganan, yang bisa membangkitkan stress.
3. Ketika orang asing bertemu, yang mereka perhatikan pertama kali adalah mengenai pengurangan ketidakpastian atau menambah kemampuan memprediksikan.
4. Komunikasi interpersonal adalah proses perkembangan yang terjadi melalui beberapa tahapan.
5. Komunikasi interpersonal adalah pemaknaan pertama dari pengurangan ketidakpastian.
6. Kuantitas dan sifat dasar dari informasi yang diberikan seseorang berubah setiap waktu.
7. Memungkinkan untuk memprediksi perilaku seseorang dari sebuah penampilan.

### **8. Teori Atribusi (*Attribution Theory*).**

Teori ini diperkenalkan oleh Harold Kelley, Robert A. Baron dan Donn Byrne. Asumsi dasar teori ini adalah perilaku orang lain

dan kita disebabkan karena adanya motif, maksud, dan karakteristik dengan melihat masing-masing perilakunya.

Dalam teori ini dikenal ada 2 (dua) hal yang menyebabkan munculnya setiap perilaku dari pihak-pihak yang berinteraksi, yaitu :

1. Kausalitas (konsensus, konsistensi dan kekhasan).
2. Kejujuran (pendapat umum dan keuntungan)

### **9. Teori Penetrasi Sosial (*Social Penetration Theory*).**

Tokoh yang mengenalkan teori ini adalah Irwin Altman dan Dalmis Taylor. Asumsi dasar teori ini adalah mengukur sejauhmana tingkat kedekatan kita dengan orang lain berdasarkan lapisan-lapisan yang diibaratkan Altman dan Taylor seperti irisan bawang.

Irisan-irisannya itu terbagi ke dalam 3 (tiga) lapisan, yaitu :

1. Lapisan terluar (terbuka untuk umum)
2. Lapisan semiprivate (hanya pada orang-orang tertentu).
3. Lapisan private (tidak terlihat dan tidak bisa dijamah orang lain tapi amat berdampak pada diri seseorang).

### **10. Teori Dialektika Relasional (*Relational Dialectic Theory*).**

Teori ini dikembangkan oleh Baxter dan Montgomery. Asumsi dasar teori ini adalah :

- Hubungan tidak bersifat linier melainkan fluktuasi yang terjadi antara keinginan yang kontradiktif.
- Hidup berhubungan ditandai dengan adanya perubahan dengan sejalannya waktu.
- Kontradiksi merupakan fakta fundamental dalam hidup berhubungan yang tidak pernah berhenti untuk menimbulkan ketegangan. Kita dapat mengelola ketegangan dan oposisi

dengan cara yang berbeda-beda, tetapi kedua hal ini selalu ada dalam hidup berhubungan.

Komunikasi sangatlah penting dalam mengelola, mengorganisasikan dan menegosiasikan kontradiksi – kontradiksi dalam hubungan secara baik.

### **11. Teori Pertukaran Sosial (*Social Exchange Theory*).**

Pencetus teori ini adalah Thibaut dan Kelley. Asumsi dasar teori ini mengibaratkan proses interaksi manusia seperti pertukaran barang dan jasa, dan mempertimbangkan aspek biaya (*cost*) dan imbalan (*reward*). Jika imbalan dirasakan tidak cukup atau lebih banyak dari biaya, maka interaksi kelompok akan diakhiri, atau individu-individu yang terlibat akan mengubah perilakunya. Sebaliknya, jika biaya yang dikeluarkan lebih sedikit dibanding dengan *reward* yang didapat, hubungan akan berjalan konstan.

### **12. Teori Hubungan Aku-Anda (*I-Thou*) dan Aku-Benda (*I-It*).**

Teori ini dikembangkan oleh Martin Buber. Corak hubungan fundamental antarmanusia menurut Martin Buber ialah Aku-Anda (*I-Thou*) dan hubungan Aku-benda (*I-It*). Dalam prakteknya, teori hubungan ini melahirkan implikasi terhadap respon dan apresiasi antara pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi.

1. Hubungan Aku-Anda (*I-Thou*) didasari oleh hubungan yang setara, hubungan yang menghendaki yang lain dalam subjektifitasnya (hubungan Subjek-Subjek). Ketika manusia mengakui dan menghargai yang lain sebagai subjek, disanalah cinta kasih terwujud.
2. Hubungan Aku-benda (*I-It*), didasari oleh hubungan untuk menguasai yang lain. Dalam hubungan ini, terdapat ruang atau jarak sehingga dapat dikatakan bahwa benda menjadi objek bagi subjek (manusia). Oleh karena terjadi penguasaan, benda dapat diketahui seluruhnya.

### **13. Teori Kesantunan (*Politeness Theory*).**

Teori ini dikembangkan oleh Brown dan Levinson. Intinya, dalam proses interaksi, orang menggunakan strategi kesantunan. Indikator sederhananya kesantunan dalam “wajah”. Dalam hal ini bukan berarti rupa fisik, namun “wajah” dalam artian *public image*, atau mungkin padanan kata yang tepat adalah “harga diri” dalam pandangan masyarakat.

Ada 3 (tiga) asumsi dasar dari teori ini, yaitu :

1. Semua individu perlu untuk mengatur mimik wajah mereka.
2. Manusia rasional dan berorientasi tujuan, mereka menghormati dan menghargai kebutuhan mimik wajah.
3. Beberapa perilaku wajah secara fundamental dapat ‘mengancam’. Wajah ‘mengancam’ ini meliputi perilaku umum seperti permintaan maaf, pujian, kritik, permintaan, dan ancaman.

### **14. Teori Manajemen Makna Terkoordinasi (*Coordinated Management of Meaning*).**

Teori ini dipopulerkan oleh Pearce dan Cronen. Teori ini didasarkan pada konsep-konsep komunikasi, realitas sosial, dan makna. Inti teori ini adalah dalam proses interaksi melalui pengiriman dan penerimaan pesan orang berusaha untuk menggunakan berbagai acuan untuk mengonstruksi dan mengkoordinasikan makna. Asumsi dasar teori ini ada 3 (tiga), yaitu :

1. Manusia hidup dalam komunikasi.
2. Manusia saling menciptakan realitas sosial.
3. Transaksi informasi tergantung kepada makna pribadi dan interpersonal.

## **15. Teori Keseimbangan (*Balance Theory*)**

Teori ini dikembangkan oleh Fritz Heider dan Theodore Newcomb pada tahun 1949. Asumsi dasar teori ini adalah orang akan berusaha mengurangi tekanan-tekanan dalam proses interaksi dengan melakukan langkah-langkah persuasi atau membujuk orang lain. Komunikasi pada dasarnya adalah proses menjaga dan memelihara keseimbangan hubungan, tanpa adanya keseimbangan ini, interaksi akan mengalami kemacetan dan kegagalan. Keseimbangan dapat juga dimaknai sebagai proses penyesuaian diri terhadap lawan bicara dengan memahami situasi, kondisi, karakter lawan bicara.

## **16. Teori Pendekatan Interaksi (*Interaction Approach Theory*)**

Teori ini juga biasa dikenal dengan nama *Interactional View*, yang dikembangkan oleh Paul Watzlawick (1967). Asumsi dasar teori ini menyatakan bahwa semua proses komunikasi bersifat komplementari. Keadaan hubungan bergantung kepada bagaimana setiap pihak membangun rangkaian komunikasi diantara mereka.

Interaksi dalam pendekatan teori ini dapat dilihat dari aksioma pola komunikasi keluarga, yaitu :

- \* Kita tidak boleh tidak berkomunikasi
- \* Manusia berkomunikasi secara analogik dan digital
- \* Komunikasi mengandung isu dan hubungan
- \* Hubungan menerangkan kandungan (*metacommunication*)

## **17. Teori Konstruktivisme (*Constructivism Theory*).**

Teori ini bermula dari gagasan Jean Piaget dan Vigotsky. Konsep teori ini membahas mengenai pembelajaran yang bersifat generatif, yaitu tindakan menciptakan suatu makna dari apa yang dipelajari. Perubahan kognitif hanya terjadi jika konsepsi-konsepsi yang telah dipahami sebelumnya diolah melalui suatu proses ketidakseimbangan dalam upaya memahami informasi-informasi



baru. Pengetahuan seseorang adalah bentukan (konstruksi ) orang itu sendiri. Contoh : Mahasiswa membaca, membuat tugas dan mencari referensi agar mendapat pengetahuan bukan hanya dari dosen.

### **18. Teori Sensivitas Retorika (*Rethoric Sensivity Theory*).**

Tokohnya adalah Roderich Hart. Asumsi dasar teori ini menyatakan bahwa komunikator/seseorang berusaha untuk mengadaptasikan pesan ke audience/teman bicara sesuai dengan kondisi sikap lawan bicaranya.

### **19. Teori Penilaian Sosial (*Social Judgement Theory*).**

Dikembangkan oleh Sherif dan Hovland pada 1961. Teori ini mempelajari tentang proses psikologis yang mendasari pernyataan sikap dan perubahan sikap melalui komunikasi.

Asumsi dasar teori ini menyatakan bahwa seseorang mengetahui apa sikapnya dan mampu menentukan perubahan sikap apa yang akan diterimanya serta perubahan apa yang akan ditolaknya. Hal ini didasarkan bahwa apa yang dilakukan seseorang tidak akan lepas dari penilaian orang lain. Dalam posisi demikian, orang akan berusaha mewujudkan perilaku dan tindakannya agar mendapat penilaian positif dari orang lain.

## **I. Rangkuman**

Komunikasi antar pribadi merupakan salah satu bentuk komunikasi. Komunikasi Antar Pribadi sebenarnya merupakan satu proses sosial dimana orang-orang yang terlibat didalamnya saling mempengaruhi. Komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi dari mulut ke mulut yang terjadi dalam interaksi tatap muka antara beberapa pribadi. Komunikasi antar pribadi dianggap paling efektif dalam hal upaya mengubah sikap, perilaku, atau pendapat seseorang, karena sifatnya dialogis, berupa percakapan. Komunikator bisa mengetahui tanggapan dari komunikan saat itu juga.

Karakteristik komunikasi interpersonal diantaranya adalah bersifat spontan, tidak berstruktur, kebetulan, tidak mengejar tujuan yang direncanakan, identitas keanggotaan tidak jelas, dan terjadi sambil lalu. Selain itu, karena konteksnya bertatap muka secara langsung, komunikasi interpersonal memiliki beberapa karakteristik khusus yaitu : Arus pesan dua arah, konteks komunikasi dua arah, tingkat umpan balik tinggi, kemampuan mengatasi selektivitas tinggi, kecepatan jangkauan terhadap khalayak relatif lambat, dan efek yang terjadi perubahan sikap. Sebagai suatu proses yang dinamis, komunikasi interpersonal/antarpersonal memiliki sistem yang dibangun atas beberapa subsistem-subsistem yang saling berkaitan, yaitu: persepsi interpersonal, konsep diri, atraksi interpersonal dan hubungan interpersonal.

Beberapa teori-teori komunikasi interpersonal diantaranya adalah teori interaksi simbolik, teori pelanggaran harapan, teori penipuan antar individu, teori akomodasi komunikasi, teori ketidakcocokan pikiran, teori model pengungkapan diri, teori pengurangan ketidakpastian, teori atribusi, teori penetrasi sosial, teori dialektika relasional, teori pertukaran sosial, teori hubungan aku-anda dan hubungan aku-benda, teori kesantunan, teori manajemen makna terkoordinasi, manajemen keseimbangan, teori pendekatan interaksi, teori konstruktivisme, teori sensitivitas retorika dan teori penilaian sosial.

## **J. Latihan**

1. Apa yang Anda ketahui dari komunikasi interpersonal? Karakteristik apa saja yang membedakannya dengan bentuk komunikasi lainnya?
2. Apa yang Anda ketahui tentang *impression management*? Berikan contohnya.
3. Faktor-faktor apa yang menyebabkan kegagalan dalam proses komunikasi interpersonal? Jelaskan secara logis.

4. Menurut Anda, indikator apa saja untuk mengukur seseorang dianggap terampil dan kompeten dalam aspek berkomunikasi? Beri ulasan secukupnya.
5. Bagaimana hubungan antara persepsi dengan perilaku? Berikan contoh yang mendukung argumen Anda tersebut dalam perilaku sehari-hari.
6. Dalam sistem komunikasi interpersonal, apakah atraksi interpersonal (ketertarikan kita kepada orang) senantiasa konstan atau berubah seiring berjalannya waktu? Beri ulasan secara logis dan dukung dengan contoh yang menguatkan pendapat Anda.
7. Apa yang Anda tafsirkan ketika melihat 2 orang teman Anda yang memiliki kepribadian “hangat” dan “dingin”? Bagaimana sikap dan perlakuan Anda kepada kedua orang teman yang berbeda kepribadian tersebut? Uraikan secara logis.
8. Bagaimana menurut Anda cara atau langkah yang lebih tepat untuk menyampaikan suatu pesan berisi “kebenaran” kepada orang tua yang menurut ukuran agama dan umum telah melakukan kesalahan? Kemukakan argumen Anda.
9. Sebutkan salah satu teori tentang komunikasi interpersonal berikut contoh kasusnya. Bagaimana komentar Anda tentang teori tersebut? Uraikan secara jelas.
10. Jika Anda punya teman tapi pernah berbohong dan berkhianat, sehingga Anda pernah sakit atas perlakuan teman tersebut. Tapi Anda sendiri sebenarnya tidak ingin memutuskan tali pertemanan dengan teman itu. Bagaimana sebaiknya sikap Anda? Uraikan pendapat Anda secara logis.

## **BAB VII**

### **TEORI KOMUNIKASI KELOMPOK**

#### **A. Standar Kompetensi**

1. Mahasiswa dapat memahami komunikasi kelompok sebagai salah satu konteks komunikasi dalam proses pertukaran informasi dimana mereka menjadi bagian dari anggota kelompoknya.
2. Mahasiswa dapat memiliki ketrampilan berkomunikasi dalam lingkup pergaulan kelompok yang lebih luas.
3. Mahasiswa dapat memetakan teori-teori komunikasi kelompok dalam menganalisis peristiwa dan fenomena komunikasi baik pada kelompok kecil maupun pada kelompok besar.

#### **B. Pengertian Komunikasi Kelompok**

Kelompok merupakan sekumpulan orang-orang yang terdiri atas tiga orang atau lebih yang memiliki keterkaitan psikologis terhadap sesuatu hal yang saling berinteraksi satu sama lain. Suatu kelompok memiliki suatu tujuan dan organisasi serta cenderung melibatkan interaksi antara anggota-anggotanya. Komunikasi kelompok biasanya digunakan untuk bertukar informasi, menambah pengetahuan, memperteguh atau mengubah sikap dan perilaku, mengembangkan kesehatan jiwa, dan meningkatkan kesadaran.

Sejumlah ahli komunikasi memberikan definisi yang berbeda mengenai komunikasi kelompok ini. Diantaranya Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2004) mendefinisikan komunikasi kelompok “*the face-to-face interaction of three or more individuals, for a recognized purpose such as information sharing, self-maintenance, or problem solving, such that the members are able to recall personal characteristics of other members accurately*” (komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya

dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat.

Sementara itu, Mulyana (2003) mendefinisikan kelompok sebagai sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Pada komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi, karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

Dari dua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi kelompok adalah komunikasi yang terbangun diantara beberapa orang yang memiliki maksud dan tujuan yang sama untuk berbagi informasi yang dalam beberapa hal anggota kelompok tersebut biasanya diikat oleh nilai, norma, peran, tugas, kepentingan dan bahkan ideologi.

### **C. Fungsi Komunikasi Kelompok**

Keberadaan suatu kelompok dalam masyarakat dicerminkan dengan adanya fungsi-fungsi yang dilaksanakannya. Fungsi-fungsi tersebut, antara lain fungsi hubungan sosial, fungsi pendidikan, fungsi persuasi, fungsi pemecahan masalah, fungsi pembuatan keputusan, dan fungsi terapi.

### **D. Karakteristik Komunikasi Kelompok**

Karakteristik komunikasi kelompok, yaitu norma (persetujuan atau perjanjian tentang bagaimana orang-orang dalam suatu kelompok berperilaku satu dengan lainnya; ada tiga kategori norma yaitu norma sosial, prosedural, dan norma tugas) dan peran (polapola perilaku yang diharapkan dari setiap anggota kelompok; ada dua fungsi peran dalam kelompok, yaitu fungsi tugas dan fungsi pemeliharaan). Karakteristik dari kelompok kecil, yaitu : ditujukan pada kognisi komunikasi, prosesnya berlangsung secara dialogis, sirkular, komunikator menunjukkan pesan atau pikiran kepada komunikasi, umpan balik berbentuk verbal. Sedangkan karakteristik dari kelompok besar, yaitu : ditujukan kepada efeksi komunikasi, prosesnya berlangsung secara linear, dialogis namun berbentuk

tanya jawab. Suatu kelompok disadari atau tidak berpengaruh sangat besar terhadap cara suatu individu dalam bertindak, bersikap, berperilaku, dan pola pikir. Komunikasi kelompok biasanya digunakan untuk bertukar informasi, menambah pengetahuan, memperteguh atau mengubah sikap dan perilaku, mengembangkan kesehatan jiwa, dan meningkatkan kesadaran.

## **E. Klasifikasi kelompok dan karakteristik komunikasinya**

Berikut beberapa klasifikasi kelompok dan karakteristik komunikasinya menurut para ahli :

### **Kelompok primer dan sekunder.**

Charles Horton Cooley pada tahun 1909 (dalam Rakhmat, 1997) mengatakan bahwa kelompok primer adalah suatu kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan akrab, personal, dan menyentuh hati dalam asosiasi dan kerja sama. Sedangkan kelompok sekunder adalah kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan tidak akrab, tidak personal, dan tidak menyentuh hati kita.

Jalaludin Rakhmat (1997) membedakan kelompok ini berdasarkan karakteristik komunikasinya :

1. Kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat dalam dan meluas. Dalam, artinya menembus kepribadian kita yang paling tersembunyi, menyingkap unsur-unsur *backstage* (perilaku yang kita tampilkan dalam suasana pribadi saja). Meluas, artinya sedikit sekali kendala yang menentukan rentangan dan cara berkomunikasi. Pada kelompok sekunder komunikasi bersifat dangkal dan terbatas.
2. Komunikasi kelompok primer lebih menekankan aspek hubungan daripada aspek isi, sedangkan kelompok primer adalah sebaliknya.
3. Komunikasi kelompok primer cenderung informal, sedangkan kelompok sekunder formal.
4. Komunikasi pada kelompok primer bersifat personal, sedangkan kelompok sekunder nonpersonal.

5. Komunikasi kelompok primer cenderung ekspresif, sedangkan kelompok sekunder instrumental.

### **Kelompok keanggotaan dan kelompok rujukan.**

Theodore Newcomb (1930) melahirkan istilah kelompok keanggotaan (*membership group*) dan kelompok rujukan (*reference group*). Kelompok keanggotaan adalah kelompok yang anggotanya secara administratif dan fisik menjadi anggota kelompok itu. Sedangkan kelompok rujukan adalah kelompok yang digunakan sebagai alat ukur (*standard*) untuk menilai diri sendiri atau untuk membentuk sikap. Menurut teori, kelompok rujukan mempunyai tiga fungsi: fungsi komparatif, fungsi normatif, dan fungsi perspektif.

### **Kelompok deskriptif dan kelompok preskriptif**

John F. Cragan dan David W. Wright (1980) membagi kelompok menjadi dua: deskriptif dan preskriptif. Kategori deskriptif melihat proses pembentukan kelompok secara alamiah. Berdasarkan tujuan, ukuran, dan pola komunikasi, kelompok deskriptif dibedakan menjadi tiga:

- Kelompok tugas.
- Kelompok pertemuan.
- Kelompok penyadar.

Kelompok tugas bertujuan memecahkan masalah, misalnya transplantasi jantung, atau merancang kampanye politik. Kelompok pertemuan adalah kelompok orang yang menjadikan diri mereka sebagai acara pokok. Kelompok terapi di rumah sakit jiwa adalah contoh kelompok pertemuan. Kelompok penyadar mempunyai tugas utama menciptakan identitas sosial politik yang baru.

Kelompok preskriptif, mengacu pada langkah-langkah yang harus ditempuh setiap anggota kelompok dalam mencapai tujuan kelompok. Cragan dan Wright mengkategorikan enam format kelompok preskriptif, yaitu: diskusi meja bundar, simposium, diskusi panel, forum, kolokium, dan prosedur parlementer.

1. Diskusi meja bundar adalah format berdiskusi dengan cara melingkar dimana tidak ada seorang moderator yang ditunjuk secara khusus.
2. Diskusi panel adalah format khusus yang anggota-anggota kelompoknya berinteraksi, baik berhadap-hadapan maupun melalui seorang mediator, di antara mereka sendiri dan dengan hadirin, tentang masalah yang *controversial*.
3. Simposium adalah serangkaian pidato pendek yang menyajikan berbagai aspek dari sebuah topik atau posisi yang pro dan kontra terhadap masalah yang *controversial*, dalam format diskusi yang sudah direncanakan sebelumnya.
4. Forum ceramah adalah format diskusi yang dilakukan terutama sekali untuk saling berbagi informasi.
5. Kolokium adalah sejenis format diskusi yang memberikan kesempatan pada wakil-wakil khalayak untuk mengajukan pertanyaan yang sudah dipersiapkan kepada seorang (atau beberapa orang) ahli.
6. Prosedur parlementer adalah format diskusi yang secara ketat mengatur peserta diskusi yang besar pada periode waktu yang tertentu ketika sejumlah keputusan harus dibuat.

## **F. Teori-Teori Komunikasi Kelompok**

Seperti halnya komunikasi antar personal, komunikasi kelompok pun memiliki teori-teori pendukung, yang terdiri atas :

### **1. Teori Psikodinamika**

Teori Psikodinamika dari Fungsi Kelompok dikemukakan oleh Bion pada tahun 1948-1951. Sebelumnya Bion melakukan pengamatan dan partisipasinya dalam kelompok-kelompok terapi Teori Psikodinamika dari Fungsi Kelompok berawal dari teori neo-analisis. Teori neo-analisis lahir dari aliran-aliran neo-analisis yang bersumber pada teori Freud. Ada pula tokoh-tokoh lain yang mengembangkan teori tersebut, seperti Sullivan, Adler, Fromm, dan Hornay.



## **Asumsi Dasar dan Uraian Teori**

Asumsi dasar dari teori psikodinamika dari fungsi kelompok, yaitu kelompok bukanlah sekedar kumpulan individu, melainkan merupakan suatu satuan dengan ciri dinamika dan emosi tersendiri. Kelompok-kelompok ini memiliki ciri, yaitu berfungsi pada taraf tidak sadar yang berdasarkan atas suatu kecemasan dan motivasi yang ada dalam diri manusia.

Seperti yang diungkapkan oleh Sigmund Freud, dalam teori ini ada tiga kepribadian dalam suatu kelompok, yang terdiri atas :

- a. Kebutuhan-kebutuhan dan motif-motif (fungsi id),
- b. Tujuan dan mekanisme (fungsi ego), dan
- c. Keterbatasan-keterbatasan (fungsi superego).

Kelompok kerja juga dibicarakan dalam teori ini. Kelompok kerja merupakan suatu kelompok yang bertujuan untuk melaksanakan tugas. Ada sejumlah peraturan dan prosedur yang harus dilakukan. Bion cenderung menamakan kelompok kerja ini sebagai kelompok yang bertaraf tinggi (*sophisticated*).

Bion mengemukakan ada tiga asumsi dasar mengenai mekanisme kerja kelompok yang saling berkaitan, antara lain :

- Asumsi ketergantungan,
- Asumsi pasangan, dan
- Asumsi melawan-lari

## **2. *Fundamental Interpersonal Relations Orientation (FIRO) Theory***

*Fundamental Interpersonal Relations Orientation (FIRO) Theory* ditemukan oleh William C. Schultz. Teori ini ditemukan pada tahun 1960 untuk menggambarkan hal dasar mengenai perilaku komunikasi di suatu kelompok kecil. Teori ini menjelaskan bagaimana seseorang memasuki kelompok karena adanya tiga kebutuhan interpersonal, yaitu : *inclusion*, *control*, dan *affection*. Teori ini memiliki kesinambungan dari yang diuraikan oleh Cragan dan Wright bahwa ada dua dimensi interpersonal yang mempengaruhi keefektifan suatu kelompok, yaitu : kebutuhan

interpersonal dan proses interpersonal yang meliputi keterbukaan (*disclosure*), percaya, dan empati.

Awal dari teori ini yaitu minat Schutz terhadap pembentukan kelompok-kelompok kerja yang efektif. Pengamatan yang dilakukan Schutz sangat dipengaruhi oleh karya-karya Bion (1949) dan Redl (1942) sehingga tidak mengherankan teori yang diungkapkan oleh Schutz sangat berbau psikoanalisis.

### **Asumsi Dasar dan Uraian Teori**

Ide pokok dari FIRO *Theory* adalah bahwa setiap orang mengorientasikan dirinya kepada orang lain dengan cara tertentu dan cara ini merupakan faktor utama yang mempengaruhi perilakunya dalam hubungan dengan orang lain dalam sebuah kelompok. Asumsi dasar dari teori ini adalah suatu individu terdorong untuk memasuki suatu kelompok karena didasari oleh beberapa hal, yaitu :

1. *Inclusion*, yaitu keinginan seseorang untuk masuk dalam suatu kelompok. Dalam posisi ini, seseorang cenderung berpikir bagaimana cara mereka berinteraksi dalam lingkungan kelompok yang baru ini, seperti sikap apa yang akan saya ambil jika saya memasuki kelompok ini. Dalam situasi ini, akan ada dua kemungkinan yang akan dilakukan, yaitu bereaksi berlebihan (*over-react*) seperti mendominasi pembicaraan, dan bereaksi kekurangan (*under-react*) seperti lebih sering mendengarkan atau hanya ingin membagi sebagian kisah hidup kepada orang-orang yang dipercayai saja.
2. *Control*, yaitu suatu sikap seseorang untuk mengendalikan atau mengatur orang lain dalam suatu tatanan hierarkis. Dalam posisi ini pembagian kerja seperti sangat dibutuhkan untuk menghasilkan sesuatu yang produktif. Situasi ini dapat menciptakan beberapa sikap, yaitu *otokrat* (sikap individu yang memiliki kecenderungan lebih kuat atau mendominasi dari pada anggota kelompok lainnya), dan *abdikrat* (sikap individu yang menyerah dan cenderung mengikuti apa yang dikatakan oleh individu yang mendominasi).
3. *Affection*, yaitu suatu keadaan dimana seseorang ingin memperoleh keakraban emosional dari anggota kelompok yang lain. Dalam situasi ini, seseorang membutuhkan kasih

sayang sebagai suatu pendukung dalam menyelesaikan pekerjaannya. Sikap seperti ini akan menciptakan *overpersonal* (suatu keadaan dalam diri individu dimana tidak dapat mengerjakan pekerjaan karena tidak adanya ikatan kasih sayang), dan *underpersonal* (suatu keadaan dalam diri individu dimana tidak adanya kasih sayang yang diberikan anggota lain tidak berpengaruh terhadap pekerjaannya).

### **3. Model Fisher**

Model Fisher sesuai dengan namanya bahwa teori ini dikemukakan oleh Aubrey Fisher. Adanya teori ini dilatar-belakangi adanya pembagian dari kelompok besar. Teori ini merupakan suatu bagian dari tindak komunikasi kelompok tugas. Dalam model Fisher ini ada empat tahap yang harus dilewati seseorang dalam menjalani suatu hubungan dengan anggota kelompok.

#### **Asumsi Dasar dan Uraian Teori**

Teori ini menjelaskan bagaimana proses yang harus dilewati seseorang dalam suatu kelompok untuk menghasilkan sesuatu yang disepakati bersama antar anggota kelompok. Asumsi dasar dari teori adalah adanya tahapan-tahapan yang harus dilalui seseorang untuk menjalin hubungan dengan orang lain (anggota dalam kelompoknya). Tahapan-tahapan tersebut terdiri atas :

1. Orientasi, pada tahapan ini seorang individu akan berusaha untuk saling mengenal, saling menangkap perasaan anggota kelompoknya, dan mencoba menemukan peranan dan status. Dalam tahapan ini akan ada kecenderungan perbedaan pendapat.
2. Konflik, tahapan ini merupakan tindak lanjut dari adanya perbedaan pendapat pada tahap pertama. Dalam situasi ini terdapat peningkatan perbedaan antara satu individu dengan anggota kelompok lainnya, setiap individu berusaha mempertahankan apa yang ia inginkan.
3. Pemunculan, pada tahap ini setiap individu berusaha untuk mengurangi tingkat perbedaan pendapat. Tujuannya untuk mengurangi konflik, namun yang terjadi adalah

individu sudah tidak lagi memiliki kejelasan dalam menentukan sikap.

4. Peneguhan, tahap akhir yang dilakukan seseorang dalam kelompoknya yaitu bagaimana para anggota memperteguh konsensus kelompok. Dalam hal ini akan ada saran bagaimana penyelesaian yang baik dan akan ada keputusan dari perbedaan yang ada pada para anggota.

#### **4. Teori Perkembangan Kelompok**

Teori Perkembangan Kelompok dikemukakan oleh Bennis dan Shepherd pada tahun 1956. Teori ini merupakan pengembangan atau setidaknya dipengaruhi dari apa yang telah diungkapkan oleh orang-orang sebelumnya, seperti S. Freud, Kurt Lewin (1946), Sullivan (1953), Schutz (1955) dan Carl Rogers.

Awal dari teori ini adalah dari ketidak-sengajaan Kurt Lewin pada tahun 1946 yang menemukan dasar-dasar munculnya kelompok sensitivitas. Dilanjutkan pada tahun 1960-an adanya kelompok pertemuan, dan Carl Rogers melihat adanya manfaat dari kelompok pertemuan ini, yaitu pengembangan diri. Cara ini biasa dilakukan oleh para psikolog untuk melatih pasien menemukan bagaimana dirinya sendiri. Kemudian pada tahun 1970-an, ditemukan pula bahwa kelompok pertemuan ini juga dapat mempercepat suatu kehancuran akibat dari kepemimpinan kelompok yang merusak.

#### **Asumsi Dasar dan Uraian Teori**

Asumsi dasar dari teori ini adalah proses perkembangan kelompok yang terjadi dalam interaksi antara orang-orang yang berada dalam suatu situasi latihan di sebuah kelompok. Teori Perkembangan Kelompok ini merupakan pembagian dari kelompok besar. Teori ini merupakan suatu bagian dari tindak komunikasi kelompok pertemuan.

Bennis dan Shepherd meneliti teori perkembangan kelompok ini dari sebuah pengamatan yang dilakukan pada kelompok-kelompok latihan di *National Training Laboratory for Group Development* di Bethel, Maine, Amerika Serikat. Para peserta kelompok dipilih dari latar belakang yang berbeda mulai dari

pendidikan, sosial, dan ekonomi, begitu pula dengan kepribadiannya. Pada awalnya anggota kelompok satu sama lain tidak saling mengenal. Seorang pelatih memberikan tugas-tugas kepada kelompok tersebut dengan prosedur yang telah dibuat. Pertemuan antara anggota kelompok dilakukan beberapa kali dalam satu minggu dan ini dilakukan dalam beberapa minggu. Untuk mencapai tujuan dari tugas-tugas ini, yang mulanya tidak saling mengenal kini mau tidak mau harus saling berkenalan bahkan saling berinteraksi untuk dapat menyelesaikan tugas yang diberikan pelatih. Inilah tahapan-tahapan yang dilakukan ketika bergabung dalam suatu kelompok. Ada perkembangan atau proses yang dilewati untuk pencapaian tujuan bersama yang telah disepakati. Bennis dan Shepherd menyatakan bahwa tidak semua kelompok bisa mencapai titik akhir perkembangannya.

Tujuan dari pelatihan yang dilakukan dalam sebuah kelompok, antara lain : pada tingkat individual dapat membantu peserta untuk mengembangkan motivasi dalam berinteraksi terhadap orang lain, peningkatan pemahaman terhadap situasi kelompok, peningkatan kendali terhadap komunikasi antar manusia, menambah keragaman perilaku sosial pada setiap peserta latihan; sedangkan pada tingkat kelompok dapat membentuk suatu komunikasi yang valid dimana setiap anggota dapat mengkomunikasikan perasaan, motivasi, keinginannya secara bebas dan tepat.

Tahapan-tahapan perkembangan kelompok yang biasanya dilalui seseorang dalam suatu kelompok, terdiri atas :

1. Tahap Otoritas, yaitu tahap di mana keraguan ketergantungan dapat dicairkan. Tahapan ini terdiri atas tiga subtahap, yaitu : tahap ketergantungan, tahap pemberontakan, dan tahap pencairan.
2. Tahap Pribadi, yaitu tahap di mana dicairkan keraguan saling ketergantungan. Tahapan ini terdiri atas tiga subtahap, yaitu : tahap harmoni, tahap identitas pribadi, dan tahap pencairan masalah.

## **5. Model Chesebro, Cragan, dan McCullough**

Model Chesebro, Cragan, dan McCullough merupakan model yang sama dengan penemunya, yaitu James Chesebro, John Cragan, dan Patricia McCullough. Teori ini merupakan hasil dari studi

lapangan yang dilakukan oleh ketiga penemunya di Minessota tentang gerakan revolusioner kaum homoseksual.

Awal dari adanya penelitian yang dilakukan ketiganya karena pada tahun 1960-an di Amerika muncul gerakan emansipasi wanita yang radikal, tujuannya untuk menentang masyarakat yang didominasi oleh kaum pria. Gerakan radikal ini merupakan pendorong dari gerakan radikal yang dilakukan oleh kelompok sesudahnya. Misalnya saja pada tahun 1978, dunia dikejutkan dengan terjadinya peristiwa bunuh diri masal yang dilakukan oleh 900 orang anggota Kuil Rakyat dari pendeta Jimmy Jones. Komunikasi kelompok digunakan untuk mempengaruhi tindakan tersebut.

### **Asumsi Dasar dan Uraian Teori**

Asumsi dasar yang ada dari teori ini adalah adanya empat tahap perkembangan dari kelompok penyadar, yaitu :

1. Kesadaran diri akan identitas baru, dalam kesadaran akan suatu identitas baru diambil contoh kelompok kaum homoseksual; anggota-anggota yang berkumpul dalam suatu kelompok terdiri dari karakteristik yang mirip sebagai dasar pembentuk kelompok. Karakteristik yang mirip ini akan menciptakan sebuah komunikasi yang bergairah karena adanya kesamaan cerita antara anggota yang satu dengan yang lain, seperti perasaan dimana anggota-anggota dalam kelompok tersebut memiliki pemikiran yang sama sehingga cenderung merasa dihargai.
2. Identitas kelompok melalui polarisasi, jika pada tahapan pertama dibicarakan kesamaan apa yang dirasakan oleh anggota-anggota dari kelompok homoseksual, maka pada tahap ini terjadi sebaliknya. Akan ada pembicaraan yang berbeda satu sama lain yang dikemukakan atas pandangannya sendiri, seperti penindasan yang didapatkannya. Dengan adanya perbedaan pendapat ini akan tercipta diskusi yang hangat dimana para anggota kelompok akan menganalisis segala hal yang diungkapkan oleh anggota kelompoknya.

3. Menegakkan nilai-nilai baru bagi kelompok, pada tahapan ini akan tercipta sebuah aturan atau pengertian baru yang dianggap kelompoknya “benar” meskipun itu bertentangan dengan aturan atau norma yang telah ada di masyarakat pada umumnya. Nilai-nilai baru ini sengaja diciptakan oleh anggota-anggota kelompok homoseksual untuk melegalkan apa yang dilakukannya.
4. Menghubungkan diri dengan kelompok revolusioner, menyadari akan banyak sekali perbedaan antara dirinya (kelompok homoseksual) dengan masyarakat maka bisa saja kelompok homoseksual mengisolasi kelompoknya dan hanya ingin berhubungan dengan kelompok sejenis.

## **6. Teori Sintalitas Kelompok (*Group Syntality Theory*)**

Teori Sintalitas Kelompok merupakan perwujudan dari proses komunikasi dari suatu kelompok. Teori ini dikembangkan oleh Cattell pada tahun 1948. Cattell berpendapat bahwa untuk dapat membuat perkiraan-perkiraan ilmiah yang tepat, segala sesuatu harus dapat diuraikan, diukur, dan diklasifikasikan dengan tepat dan cermat. Dalam teori sintalitas ini, Cattell menjelaskan bahwa dalam suatu kelompok haruslah memiliki kepribadian yang dapat dipelajari. Dengan alasan ini, Cattell dengan teorinya dikatakan sebagai pengembang Psikologi yang dinamakan Psikologi Kepribadian Kelompok.

### **Asumsi Dasar dan Uraian Teori**

Asumsi dasar dari teori ini merupakan asal kata dari sintalitas (*syntality*) yang digunakan oleh Cattell untuk menunjukkan “kepribadian kelompok” yang mencakup kebersamaan, dinamika, temperamen, dan kemampuan kelompok.

Dasar-dasar pendapat yang dikemukakan oleh Cattell dipengaruhi oleh pandangan McDougall (1920) tentang kelompok, yaitu :

- Perilaku dan struktur yang khas dari suatu kelompok akan tetap ada walaupun anggota-anggotanya berganti.

- Pengalaman-pengalaman kelompok direkam dalam ingatan.
- Kelompok menunjukkan adanya dorongan-dorongan.
- Kelompok mampu berespons secara keseluruhan terhadap suatu rangsang yang tertuju pada salah satu bagiannya.
- Kelompok menunjukkan emosi yang bervariasi.
- Kelompok menunjukkan adanya pertimbangan-pertimbangan kolektif (bersama).

Cattell mengemukakan setidaknya membutuhkan tiga panel dalam suatu kelompok, yang terdiri atas : sifat-sifat sintalitas yaitu pengaruh dari adanya kelompok sebagai keseluruhan, baik terhadap kelompok lain maupun terhadap lingkungan; sifat-sifat struktur kelompok yaitu hubungan yang tercipta antara anggota kelompok, perilaku-perilaku di dalam kelompok, dan pola organisasi kelompok; dan sifat-sifat populasi yaitu sifat rata-rata dari anggota-anggota kelompok. Hubungan dari ketiga panel ini adalah saling ketergantungan.

Selain dari tiga panel yang telah diuraikan tersebut, Cattell juga menyatakan adanya dua aspek penting pada kelompok, yaitu : eksistensi kelompok tergantung pada kebutuhan individu anggotanya dan kelompok-kelompok biasanya saling tumpang tindih.

## **7. Teori Prestasi Kelompok (*Theory of Group Achievement*)**

Teori Prestasi kelompok dikemukakan oleh Stogdill pada tahun 1959. Stogdill menganggap bahwa teori-teori tentang kelompok pada umumnya didasarkan pada konsep tentang interaksi yang memiliki kelemahan teoritis tertentu. Maka dari itu, Stogdill mengajukan teori prestasi kelompok.

Teori yang dikemukakan oleh Stogdill ini, menyertakan masukan (*input*), variabel media, dan prestasi (*output*) dari suatu kelompok. Teori ini merupakan hasil pengembangan dari teori-teori sebelumnya yang tergolong dalam tiga orientasi yang berbeda, seperti : orientasi penguat (teori-teori belajar), orientasi lapangan (teori-teori tentang interaksi), dan orientasi kognitif (teori-teori tentang harapan).



## **Asumsi Dasar dan Uraian Teori**

Asumsi dasar dari teori ini adalah proses terjadinya dalam kelompok dimana dimuiai dari masukan ke keluaran melalui variabel-variabel media. Dalam teori ini akan terdapat umpan balik (*feed-back*).

Berikut ini adalah penjabaran teori prestasi yang terbagi atas beberapa faktor yang mempengaruhi suatu kelompok, yaitu :

### **a. Masukan dari anggota**

Masukan dari anggota merupakan sumber *input*. Menurut Stogdill, kelompok adalah suatu sistem interaksi yang terbuka. Struktur dan kelangsungan sistem sangat bergantung pada tindakan-tindakan anggota dan hubungan antara anggota. Ada tiga elemen penting yang termasuk dalam masukan anggota, yaitu : interaksi sosial (menyatakan suatu hubungan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, interaksi ini terdiri atas aksi dan reaksi antara anggota-anggota kelompok yang berinteraksi); hasil perbuatan (bagian dari suatu interaksi yang dapat diaplikasikan dalam bentuk kerja sama, berencana, menilai, berkomunikasi, membuat keputusan); dan harapan (kesediaan untuk mendapatkan suatu penguat, fungsi dari harapan ini adalah sebagai dorongan (*drive*), perkiraan tentang menyenangkan atau tidaknya hasil, dan perkiraan tentang kemungkinan hasil itu akan benar-benar terjadi).

### **b. Variabel media**

Variabel media menjelaskan mengenai beroperasi dan berfungsinya suatu kelompok. Elemen-elemen yang ada di dalamnya, yaitu : struktur formal (struktur formal mencakup fungsi dan status dimana kelompok terdiri atas individu-individu yang masing-masing membawa harapan dan perbuatannya sendiri) dan struktur peran (struktur peran mencakup tanggung jawab dan otoritas dimana individu yang menduduki posisi tertentu hampir tidak berpengaruh pada status dan fungsi posisi tersebut).

### **c. Prestasi kelompok**

Prestasi kelompok merupakan output atau tujuan dari kelompok. Ada tiga unsur yang mjenentukkan prestasi

kelompok, yaitu : produktivitas (derajat perubahan harapan tentang nilai-nilai yang dihasilkan oleh perilaku kelompok), moral (derajat kebebasan dari hambatan-hambatan dalam kerja kelompok menuju tujuannya), dan kesatuan (tingkat kemampuan kelompok untuk mempertahankan struktur dan mekanisme operasinya dalam kondisi yang penuh tekanan (*stress*)).

## **8. Drive Theory**

*Drive Theory* merupakan perkembangan yang dilakukan oleh Robert Zajonc pada tahun 1965. Dapat dikatakan bahwa teori ini adalah penengah di antara perbedaan pendapat para peneliti. Dimulai dari pernyataan Allport mengenai fasilitas sosial yang digambarkan sebagai prestasi individu yang meningkat karena disaksikan kelompok. Fasilitas berasal dari kata Prancis "*facile*" yang artinya mudah.

Kecenderungan peran serta kelompok dalam fasilitas sosial menunjukkan hal yang positif terhadap seseorang diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Triplett (1897), Munsterberg (1914), dan Moede (1920). Namun menjadi tanda tanya ketika penelitian tersebut dilakukan oleh Floyd Allport pada tahun 1924 karena hasilnya tidak selalu positif. Floyd Allport kemudian menyimpulkan bahwa kehadiran kelompok bersifat fasilitatif bila pekerjaan yang dilakukan berupa pekerjaan keterampilan yang sederhana, dan kelompok dapat mempersulit pekerjaan bila pekerjaan berkenaan dengan nalar dan penilaian.

Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Gates dan Allee (1933), Pessin (1933), dan Husband (1940) yang menemukan hasil yang tidak konsisten. Mereka beranggapan bahwa kelompok kadang-kadang fasilitatif, dan sewaktu-waktu destruktif terhadap pelaksanaan kerja.

Para peneliti pun mengalihkan perhatiannya dari perbedaan hasil penelitian ini, namun Robert Zajonc berusaha menyimpulkan hasil dari perbedaan penelitian tersebut dan terciptalah *drive theory*.

## **Asumsi Dasar dan Uraian Teori**

Asumsi dasar dari *drive theory* yaitu adanya orang lain dapat dianggap menimbulkan efek pembangkit energi (*energizing effect*) pada perilaku individu, efek ini akan memberikan sebuah energi yang dominan. Energi dominan ini bersifat positif ataupun negatif tergantung pada benar salahnya respons yang dihasilkan seseorang.

Zajonc berhasil mengatasi kemelut inkonsistensi pada para peneliti sebelumnya namun di dalam *drive theory* seolah-olah dijelaskan bahwa baik atau buruknya prestasi anggota kelompok tidak hanya karena kehadiran kelompok tetapi juga karena adanya pengawasan dan penilaian dari kelompok.

## **9. Social Exchange Theory (Teori Pertukaran Sosial)**

*Social Exchange Theory* menelaah bagaimana kontribusi seseorang dalam suatu hubungan mempengaruhi kontribusi orang lainnya. Pencetus teori ini adalah Thibaut dan Kelley, yang mengemukakan bahwa orang mengevaluasi hubungannya dengan orang lain. Teori ini tidak hanya dapat diaplikasikan dalam hubungan antarpersona tetapi juga pada suatu kelompok. Teori ini memandang suatu hubungan sebagai suatu transaksi dagang, maksudnya adalah orang berhubungan dengan orang lain karena mengharapkan sesuatu untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini seolah-olah memberikan gambaran ketika seseorang memasuki suatu kelompok akan memikirkan laba dan rugi yang akan diterimanya. Hal tersebut juga terkadang dilakukan oleh kelompok.

### **Asumsi Dasar dan Uraian Teori**

Menurut pencetus teori ini, Thibaut dan Kelley, asumsi dasar yang mendasari seluruh analisisnya bahwa setiap individu secara sukarela memasuki dan tinggal dalam hubungan sosial hanya selama hubungan tersebut cukup memuaskan ditinjau dari beberapa segi, antara lain :

- Ganjaran adalah setiap akibat yang dinilai positif yang diperoleh seseorang dari suatu hubungan.
- Biaya adalah akibat yang dinilai negatif yang terjadi dalam suatu hubungan.
- Hasil atau laba adalah ganjaran dikurangi biaya.

- Tingkat perbandingan menunjukkan ukuran baku (standar) yang dipakai sebagai kriteria dalam menilai hubungan individu pada waktu sekarang.

Roloff (1981) mengemukakan bahwa asumsi tentang perhitungan antara ganjaran dan upaya (untung-rugi) tidak berarti bahwa setiap anggota dalam kelompok selalu berusaha untuk saling mengeksploitasi, tetapi bahwa orang lebih memilih lingkungan dan hubungan yang dapat memberikan hasil yang diinginkannya. Hubungan yang ideal akan terjadi bilamana anggota kelompok dapat saling memberikan cukup keuntungan sehingga hubungan tersebut menjadi sumber yang dapat diandalkan bagi kepuasan anggota kelompok ataupun kelompoknya..

Suatu kenyataan dalam kehidupan kita adalah bahwa banyak hubungan kita dengan orang lain bersifat temporer. Ketika mengembangkan dan mengakhiri hubungan, kita akan melewati serangkaian tahap keakraban/keintiman.

Knap (1978) membagi tahapan-tahapan hubungan yang lebih akrab dengan orang lain dalam sebuah kelompok menurut, yaitu :

1. Inisiasi, mencakup percakapan singkat dan saling memberi salam antar anggota kelompok.
2. Eksperimen, masing-masing akan mulai mengungkapkan informasi mengenai pribadinya, percakapan pada tahap ini berfungsi menjajaki terjadinya hubungan lebih lanjut, dan membantu dalam mengungkapkan persamaan atau perbedaan kepentingan.
3. Intensifikasi, melibatkan penyelidikan yang lebih pada kepribadian masing-masing anggota kelompok.
4. Integrasi, menciptakan rasa "bersama", rasa "kami/kita", di mana anggota-anggota kelompok bertindak sebagai suatu unit dan bukan sebagai individu yang terpisah.
5. Ikatan, terjadi ketika anggota kelompok masuk pada suatu ritual yang secara formal mengakui hubungan jangka panjangnya.

### ***10. Ingroup and Outgroup Theory***

*Ingroup and Outgroup Theory* dikemukakan oleh Sumner. Teori ini merupakan lanjutan dari penjelasan yang telah

dikemukakan oleh Charles Horton Cooley mengenai kelompok primer dan kelompok sekunder. Dijelaskan oleh Cooley bahwa ketika seseorang menjadi anggota banyak kelompok, hanya beberapa saja yang terikat secara emosional. Kelompok-kelompok yang terikat secara emosional ini disebut kelompok primer dan sebagai anggota pasti akan menganggap bahwa kelompok tersebut adalah kelompok “kita”. Pengakuan inilah yang disebut dengan *Ingroup Theory*.

### **Asumsi Dasar dan Uraian Teori**

*Ingroup* adalah kelompok “kita”, sedangkan *outgroup* adalah kelompok mereka. Selain termasuk dalam kelompok primer, *ingroup theory* pun berkaitan dengan kelompok sekunder karena adanya pengakuan bahwa “kita” adalah bagian dari kelompok baik itu yang terikat secara emosional ataupun tidak. Dalam suatu hubungan *ingroup* akan ada perasaan semangat untuk melakukan sesuatu untuk kelompok yang dianggap bagian dari “kita”. Rasa semangat ini disebut kohesi kelompok.

Ada tahapan-tahapan yang dilalui jika tergabung dalam suatu *ingroup* dan harus bersaing dengan *outgroup*. Awalnya mungkin setiap kelompok hanya berinteraksi dengan rekan sesama kelompoknya saja, namun bisa berkembang berteman dengan kelompok lain bahkan bisa juga terjadi konflik. Adanya konflik sudah dipastikan akan ada pula penyelesaiannya. Terkadang akhir dari sebuah konflik akan menciptakan persahabatan antara satu kelompok dengan kelompok lainnya. Pada tahapan terakhir antara hubungan *ingroup* dan *outgroup* akan tercipta suatu kerja sama yang baik.

### **G. Rangkuman**

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang terbangun diantara beberapa orang yang memiliki maksud dan tujuan yang sama untuk berbagi informasi yang dalam beberapa hal anggota kelompok tersebut biasanya diikat oleh nilai, norma, peran, tugas, kepentingan dan bahkan ideologi. Komunikasi kelompok biasanya digunakan untuk bertukar informasi, menambah pengetahuan,

memperteguh atau mengubah sikap dan perilaku, mengembangkan kesehatan jiwa, dan meningkatkan kesadaran.

Komunikasi Kelompok memiliki beberapa karakteristik, yaitu : adanya norma (sosial, prosedural dan tugas), dan peran (fungsi tugas dan fungsi pemeliharaan) dari masing-masing anggota kelompok. Dalam konteks besarnya, kelompok dibagi 2, yaitu : Kelompok besar dan kelompok kecil. Kelompok besar : ditujukan kepada efeksi komunikan, prosesnya berlangsung secara linear, dialogis namun berbentuk tanya jawab. Sedangkan kelompok kecil : ditujukan pada kognisi komunikan, prosesnya berlangsung secara dialogis, sirkular, komunikator menunjukkan pesan atau pikiran kepada komunikan, umpan balik berbentuk verbal.

Sebagai suatu proses komunikasi, komunikasi kelompok memiliki beberapa fungsi, yaitu : hubungan sosial, pendidikan, persuasi, pemecahan masalah dan pembuatan keputusan, dan terapi. Pada komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi, karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok. Dengan kata lain, dalam hal-hal tertentu peristiwa komunikasi kelompok juga bisa diamati dengan pendekatan teori komunikasi interpersonal. Dalam hal ini, lagi-lagi konteks suatu peristiwa komunikasi akan menentukan dari perspektif mana suatu fenomena komunikasi dianalisis.

Dalam konteks komunikasi kelompok, para ahli menjelaskan fenomena dan peristiwa komunikasi dengan beberapa teori, diantaranya adalah : teori psikodinamika, teori *fundamental interpersonal relations orientation* (FIRO), model Fisher, teori perkembangan kelompok, teori sintalitas kelompok, teori prestasi kelompok, teori model Chesebro, Cragan dan Mc Cullough, *drive theory*, teori ertukaran sosial dan teori *ingroup dan outgroup*.

## H. Latihan

1. Apa yang Anda ketahui dari komunikasi kelompok?
2. Apa yang dimaksud dengan fungsi komunikasi kelompok sebagai pemecah masalah dan pembuatan keputusan? Berikan contoh konkrit atas argumen Anda tersebut.
3. Seberapa besar peran norma, nilai dan ideologi berpengaruh pada komunikasi kelompok? Uraikan secara jelas dan dukung dengan contoh konkrit.

4. Kelompok pertemanan seperti arisan, menurut Anda masuk pada klasifikasi kelompok apa? Beri penjelasan yang logis.
5. Menurut Anda, apa yang sering menyebabkan terjadinya konflik dan tawuran kelompok di masyarakat? Bagaimana sebaiknya meredam konflik tersebut dengan pendekatan komunikasi kelompok? Jelaskan.
6. Sebutkan salah satu teori komunikasi kelompok berikut dengan contohnya. Bagaimana komentar Anda terhadap teori tersebut? Jelaskan.
7. Menurut Anda, sejauhmana suatu kelompok berperan dalam mendidik dan merubah karakter anggotanya? Jelaskan dengan pendekatan teori komunikasi kelompok yang relevan.
8. Faktor apa yang menyebabkan orang keluar dan menjauh dari kelompoknya? Ulas secara kritis dengan pendekatan teori komunikasi kelompok yang relevan.
9. Sejauhmana komunikasi menjadi faktor perekat dan konflik diantara anggota-anggota kelompok? Kemukakan analisis Anda secara logis.
10. Bagaimana suatu anggota kelompok dalam menjaga dan mempertahankan identitas kelompoknya? Bedah dengan pendekatan teori komunikasi kelompok yang relevan.

## **BAB VIII**

### **UJIAN TENGAH SEMESTER**

Petunjuk pengisian soal :

1. Simak dan jawablah soal-soal di bawah ini dengan jelas, lugas dan argumentatif.
2. Jawaban ditulis rapih dengan menggunakan kertas lembar jawaban yang telah disediakan.
3. Kerjakan secara individu. Segala bentuk imitasi/plagiasi tidak akan ditolerir. Jika ditemukan ada unsur plagiasi atau jawaban yang sama dengan jawaban yang lain, masing-masing pelakunya akan dapat sanksi dan dinyatakan **TIDAK LULUS**.
4. Penilaian didasarkan pada aspek orisionalitas jawaban dan kedalaman penjelasan.

Soal :

#### **Pertemanan antara Andi dan Dika**

Pertemanan Andi dan Dika diawali ketika keduanya sama-sama diterima sebagai mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah & Komunikasi UIN SGD Bandung. Andi cenderung urakan, sering berkata kasar, pemalas, tapi memiliki solidaritas yang sangat tinggi. Sementara Dika, orangnya cool, rajin, suka kerapihan tapi cenderung dingin. Awal-awal dalam menjalin hubungan pertemanan, keduanya masih bersifat kaku. Apalagi keduanya memiliki karakter yang demikian kontras. Tetapi seiring dengan perjalanan waktu, hubungan mereka mulai cair dan berusaha untuk saling mahami satu sama lain. Selama berteman tidak jarang mereka sering berselisih dari mulai hal-hal kecil sampai hal-hal yang dianggap prinsip oleh keduanya. Dika termasuk seorang aktifis karena dia aktif di organisasi intra dan organisasi ekstra kampus. Sedangkan Andi kurang begitu tertarik dalam soal berorganisasi. Satu tahun berjalan, hubungan keduanya semakin akrab. Mereka sering bercerita satu sama lain mulai dari soal keluarga di kampung halamannya, perkuliahan, cita-cita, hobi sampai masalah pacar masing-masing. Kesukaan mereka hampir sama yakni menonton pertandingan sepak bola di televisi. Andi



lebih memfavoritkan Real Madrid, sedang Dika lebih ngefans ke Barcelona. Pada suatu hari, Dika mendapat kabar bahwa ibunya di kampung sakit sehingga harus dirawat di rumah sakit. Kebetulan ketika itu, Dika sama sekali tidak memiliki uang untuk pulang kampung. Mengetahui temannya sedang kesulitan, Andi meminjamkan uang kepada Dika. Tidak hanya itu, Andi pun ikut mengantar Dika pulang kampung. Dalam pikiran Andi, “ya sekalian jalan-jalan tahu rumah teman”. Bahkan, selama di kampung Dika, Andi tidak jarang ikut nunggu dan ikut merawat ibu Dika yang sedang sakit.

Soal :

1. Melihat uraian cerita di atas, sekurang-kurangnya terdapat 5 teori komunikasi yang terkandung dari cerita tersebut. Teori-teori komunikasi apa saja untuk menjelaskan pertemanan antara Andi dan Dika tersebut? Beri ulasan dan alasan yang logis.
2. Buatlah model komunikasi yang menggambarkan pertemanan Andi dan Dika menurut model komunikasi yang sudah Anda pelajari.

===== SELAMAT BEKERJA =====

## **BAB IX**

### **TEORI KOMUNIKASI MASSA**

#### **A. Standar Kompetensi**

1. Mahasiswa dapat memahami komunikasi massa sebagai salah satu bentuk komunikasi yang menggunakan media sebagai instrumen utamanya.
2. Mahasiswa dapat memahami relasi antara media dengan efek yang ditimbulkannya dalam kehidupan manusia.
3. Mahasiswa dapat memetakan teori-teori komunikasi massa berikut cara kerjanya dalam menganalisis fenomena-fenomena komunikasi manusia yang dilakukan melalui media massa.

#### **B. Pengertian Komunikasi Massa**

Perkembangan media massa semakin pesat ketika terjadi perubahan dramatis dalam teknologi komunikasi. Perkembangan industri media juga tak terelakkan. Demikian juga perkembangan dampak dan efek media menjadi sangat penting dalam kehidupan sosial, politik dan ekonomi masyarakat. Dapat dikatakan bahwa dalam modernisasi industri media, masyarakat berikut sistem sosial yang terbentuk di dalamnya juga menjadi bagian yang integral dalam perkembangan media massa. Pemahaman manusia mengenai media massa tidak lagi diletakkan dalam perspektif tunggal, dalam arti bahwa media massa dilihat sebagai satu entitas mandiri, melainkan sekarang media massa berikut industrinya dilihat sebagai totalitas yang di dalamnya terdapat interaksi dinamis antara pelaku media, masyarakat dan negara.

Adanya perkembangan industrialisasi yang dipicu oleh revolusi industri dan revolusi media cetak di era industrialisasi mempengaruhi kompleksitas sistem sosial masyarakat. Setidaknya terjadi proses mekanisasi dan massifikasi faktor produksi, distribusi dan konsumsi masyarakat. Ini berarti terjadi akselerasi kompleksitas budaya masyarakat yang ada. Komunitas masyarakat tidak lagi dilihat dalam satu proses kebudayaan yang sederhana melainkan komunitas masyarakat dilihat sebagai sistem budaya yang

mempunyai tingkat budaya yang lebih kompleks. Kompleksitas sistem sosial budaya masyarakat mempengaruhi sistem budaya informasi dan komunikasi yang semakin harus bisa mengikuti perkembangan dinamika masyarakat. Dengan percepatan industrialisasi mesin cetak dan informasi, rekaman dan proses komunikasi semakin menjadi kebutuhan utama masyarakat. Ini menandai juga perkembangan media massa sebagai salah satu bagian dalam proses komunikasi massa menjadi hal yang penting.

Masalah yang secara umum dialami oleh beberapa unsur media komunikasi massa adalah bagaimana pada akhirnya media massa bisa bertahan hidup dalam situasi sosial dan ekonomi yang ada. Selain konsolidasi media cetak, media audio dan media audio-visual juga dilakukan untuk bisa mengatur secara lebih praktis, efektif dan efisien. Dari aspek konsolidasi media komunikasi massa yang ada, terlihat bahwa dalam proses konsolidasi ada kecenderungan dinamis bahwa terjadi perubahan dari keanekaragaman media menjadi sebuah pemusatan atau konsentrasi sosial ekonomi media.

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai kependekan dari *mass media communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass mediated*. Istilah *mass communication* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (*mass media*) sebagai kependekan dari *media of mass communication*. Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama. Cassandra (dalam Mulyana, 2003) menyebutkan bahwa jika konteks komunikasi massa dibandingkan dengan konteks komunikasi lainnya maka dapat dijelaskan bahwa komunikasi massa merupakan sebuah bentuk komunikasi yang memiliki jumlah komunikator yang paling banyak, derajat kedekatan fisik yang paling rendah, saluran indrawi yang tersedia sangat minimal dan umpan balik yang tertunda.

Para ahli komunikasi memberikan pengertian komunikasi massa secara beragam. Walaupun demikian, secara umum, pengertian para ahli komunikasi lebih menunjukkan pada karakteristik dari komunikasi massa itu sendiri. Beberapa definisi diantaranya adalah :

Bitner (dalam Rakhmat, 1997) mendefinisikan komunikasi massa sebagai : *“Mass communication is messlahage communicated through a mass medium to a large number of people.”* (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang).

Definisi yang lebih rinci dikemukakan oleh Gerbner. Menurut Gerbner (dalam Rakhmat, 1997), komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

Sedangkan Dominick (1996) mengutarakan bahwa komunikasi massa merupakan sebuah organisasi kompleks yang dengan bantuan dari satu atau lebih mesin membuat dan menyebarkan pesan publik yang ditujukan pada audiens berskala besar serta bersifat heterogen dan tersebar.

Meletze (dalam Rakhmat, 1997) sendiri kemudian memberi definisi dari komunikasi massa dapat diartikan sebagai bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada populasi dari berbagai komunitas yang tersebar.

Pengertian lain dikemukakan oleh Rakhmat (1997) yang menyatakan bahwa komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan proses menyampaikan dan membuat sebuah pesan yang disampaikan kepada luas melalui suatu organisasi yang bernama media. Pesan tersebut dapat disampaikan secara serempak dan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga daya jangkauannya lebih luas, serentak dan efek yang dihasilkannya pun lebih luas.

### **C. Unsur-Unsur Komunikasi Massa**

Harold D. Lasswell (dalam Wiryanto, 2004) memformulasikan unsur-unsur komunikasi dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut *“Who Says What in Which Channelto Whom With What Effect?”*

1. Unsur *who* (sumber atau komunikator). Sumber utama dalam komunikasi massa adalah lembaga atau organisasi atau orang yang bekerja dengan fasilitas lembaga atau organisasi (*institutionalized person*). Yang dimaksud dengan lembaga dalam hal ini adalah perusahaan surat kabar, stasiun radio, televisi, majalah, dan sebagainya. Sedangkan yang dimaksud *institutionalized person* adalah redaktur surat kabar (sebagai contoh). Melalui tajuk rencana menyatakan pendapatnya dengan fasilitas lembaga. Oleh karena itu, ia memiliki kelebihan dalam suara atau wibawa dibandingkan berbicara tanpa fasilitas lembaga.

Pers adalah suatu lembaga sosial. Dalam UU RI no 40 tahun 1999 tentang pers, pasal 1 ayat (1) menyatakan: "Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia." bentuk institusi media massa dipertegas lagi pada pasal 1 ayat (2) yang menyatakan: "Perusahaan pers adalah badan hukum Indonesia yang menyelenggarakan usaha pers meliputi perusahaan media cetak, media elektronik, dan kantor berita, serta perusahaan media lainnya yang secara khusus menyelenggarakan, menyiarkan atau menyalurkan informasi."

McQuail (1987) menyebutkan ciri-ciri khusus institusi (lembaga) media massa sebagai berikut:

- a. Memproduksi dan mendistribusikan pengetahuan dalam wujud informasi, pandangan, dan budaya. Upaya tersebut merupakan respon terhadap kebutuhan sosial kolektif dan permintaan individu.
- b. Menyediakan saluran untuk menghubungkan orang tertentu dengan orang lain: dari pengirim ke penerima, dari anggota audien ke anggota audien

lainnya, dari seseorang ke masyarakat dan institusi masyarakat terkait. Semua itu bukan sekedar saluran fisik jaringan komunikasi, melainkan juga merupakan saluran tatacara dan pengetahuan yang menentukan siapakah sebenarnya yang patut atau berkemungkinan untuk mendengar sesuatu dan kepada siapa ia harus mendengarnya.

- c. Media menyelenggarakan sebagian besar kegiatannya dalam lingkungan publik, dan merupakan institusi yang terbuka bagi semua orang untuk peran serta sebagai penerima (atau dalam kondisi tertentu sebagai pengirim). Institusi media juga mewakili kondisi publik, seperti yang tampak bilamana media massa menghadapi masalah yang berkaitan dengan pendapat publik (opini publik) dan ikut berperan membentuknya (bukan masalah pribadi, pandangan ahli, atau penilaian ilmiah).
- d. Partisipasi anggota audien dalam institusi pada hakikatnya bersifat sukarela, tanpa adanya keharusan atau kewajiban sosial. Bahkan lebih bersifat suka rela daripada beberapa institusi lainnya, misalnya pendidikan, agama atau politik. Partisipasi anggota *audien* lebih mengacu pada mengisi waktu senggang dan santai, bukannya berkenaan dengan pekerjaan dan tugas. Hal tersebut dikaitkan juga dengan ketidakberdayaan formal institusi media: media tidak dapat mengandalkan otoritasnya sendiri dalam masyarakat, serta tidak mempunyai organisasi yang menghubungkan pemeran-serta "lapisan atas" (produsen pesan) dan pemeran-serta "lapisan bawah" (*audien*).
- e. Industri media dikaitkan dengan industri dan pasar karena ketergantungannya pada imbalan kerja, teknologi, dan kebutuhan pembiayaan.
- f. Meskipun institusi media itu sendiri tidak memiliki kekuasaan, namun institusi ini selalu berkaitan

dengan kekuasaan negara karena adanya kesinambungan pemakaian media, mekanisme hukum, dan pandangan-pandangan menentukan yang berbeda antara negara yang satu dengan lainnya.

Komunikator dalam proses komunikasi massa selain merupakan sumber pesan, mereka juga berperan sebagai *gate keeper* (McQuail, 1987; Nurudin, 2003). Yaitu berperan untuk menambah, mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami oleh *audien*-nya[2]. Bitner (dalam Tubbs, 1996) menyatakan bahwa pelaksanaan peran *gate keeper* dipengaruhi oleh: ekonomi; pembatasan legal; batas waktu; etika pribadi dan profesionalitas; kompetisi diantara media; dan nilai berita.

2. Unsur *says what* (pesan). Pesan-pesan komunikasi massa dapat diproduksi dalam jumlah yang sangat besar dan dapat menjangkau *audien* yang sangat banyak. Pesan-pesan itu berupa berita, pendapat, lagu, iklan, dan sebagainya. Charles Wright (1977) memberikan karakteristik pesan-pesan komunikasi massa sebagai berikut:
  - a. *publicly*. Pesan-pesan komunikasi massa pada umumnya tidak ditujukan kepada orang perorang secara eksklusif, melainkan bersifat terbuka, untuk umum atau publik.
  - b. *rapid*. Pesan-pesan komunikasi massa dirancang untuk mencapai audien yang luas dalam waktu yang singkat serta simultan.
  - c. *transient*. Pesan-pesan komunikasi massa untuk memenuhi kebutuhan segera, dikonsumsi sekali pakai dan bukan untuk tujuan yang bersifat permanen. Pada umumnya, pesan-pesan komunikasi massa cenderung dirancang secara *timely*, *supervisial*, dan kadang-kadang bersifat *sensasional*.
3. Unsur *in which channel* (saluran atau media). Unsur ini menyangkut semua peralatan yang digunakan untuk menyebarluaskan pesan-pesan komunikasi massa. Media yang mempunyai kemampuan tersebut adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, internet, dan sebagainya.

4. Unsur *to whom* (penerima; khalayak; audien). Penerima pesan-pesan komunikasi massa biasa disebut audien atau khalayak. Orang yang membaca surat kabar, mendengarkan radio, menonton televisi, browsing internet merupakan beberapa contoh dari *audien*.

Menurut Charles Wright (dalam Wiryanto, 2004), *mass audien* memiliki karakteristik-karakteristik sebagai berikut:

- a. *Large* yaitu penerima-penerima pesan komunikasi massa berjumlah banyak, merupakan individu-individu yang tersebar dalam berbagai lokasi;
  - b. *Heterogen* yaitu penerima-penerima pesan komunikasi massa terdiri dari berbagai lapisan masyarakat, beragam dalam hal pekerjaan, umur, jenis kelamin, agama, etnis, dan sebagainya;
  - c. *Anonim* yaitu anggota-anggota dari mass audien umumnya tidak saling mengenal secara pribadi dengan komunikatornya.
5. Unsur *with what effect* (dampak). Dampak dalam hal ini adalah perubahan-perubahan yang terjadi di dalam diri *audien* sebagai akibat dari keterpaan pesan-pesan media. David Berlo (dalam Wiryanto, 2004) mengklasifikasikan dampak atau perubahan ini ke dalam tiga kategori, yaitu: perubahan dalam ranah pengetahuan; sikap; dan perilaku nyata. Perubahan ini biasanya berlangsung secara berurutan.

#### **D. Ciri dan Karakteristik Komunikasi Massa**

Menurut Elizabeth Noelle Neumann (dalam Rakhmat, 1997), ciri-ciri komunikasi massa adalah sebagai berikut:

1. Bersifat tidak langsung, artinya harus melewati media teknis (teknologi media). Komunikasi massa mengharuskan adanya media massa dalam prosesnya, hal ini dikarenakan teknologi yang membuat komunikasi massa dapat terjadi. Dapat dibayangkan bahwa tidak mungkin seseorang melakukan komunikasi massa tanpa bantuan media massa (teknologi), bahkan bila ia berteriak sekencang-kencangnya.



2. Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi. Dalam istilah komunikasi, reaksi khalayak yang dijadikan masukan untuk proses komunikasi berikutnya disebut umpan balik (*feedback*). Namun dalam sistem komunikasi massa, komunikator sukar menyesuaikan pesannya dengan reaksi komunikan (khalayak luas dalam hal ini). Komunikasi bersifat *irreversible*, yang artinya ketika sudah terjadi tidak dapat diputar balik (diulang). Begitu juga halnya dengan komunikasi massa. Sebuah informasi yang telah disebar, tidak dapat diputar ulang seperti membuat air menjadi es, kemudian membuat es menjadi air kembali. Dalam komunikasi massa, publik atau khalayak hanya menjadi penerima informasi. Pada saat komunikasi massa dilakukan, khalayak tidak dapat langsung memberikan feedback untuk mempengaruhi pemberi informasi, dalam hal ini untuk aliran komunikasi sepenuhnya diatur oleh komunikator. Namun demikian, dalam komunikasi massa masih terdapat kemungkinan adanya siaran ulang, yaitu memutar ulang tayangan yang sama dalam televisi atau radio.
3. Bersifat terbuka, artinya ditujukan pada publik yang tidak terbatas dan anonim. Komunikasi dengan media massa memungkinkan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada publik yang tidak terbatas jumlahnya, siapapun dan berapapun orangnya selama mereka memiliki alat penerima (media) siaran tersebut.
4. Mempunyai publik yang secara geografis tersebar. Seperti dikemukakan sebelumnya, komunikasi massa tidak hanya ditujukan bagi sekelompok orang di kawasan tertentu, namun lebih kepada khalayak luas di manapun mereka berada. Oleh karena itu, lewat media massa seseorang atau sekelompok orang dapat melakukan persuasi kepada banyak orang di berbagai tempat dengan efisien.

Berdasarkan ciri-ciri di atas, Rodman (2006) menyebutkan perbedaan komunikasi massa dengan jenis komunikasi lain dengan beberapa karakteristik sebagai berikut:

1. Proses umpan balik berjalan lamban dan interaksi antara komunikator dan komunikan dibatasi.

2. Komunikasi massa memiliki efek yang besar dan meluas.
3. Proses encoding dan decoding melalui beberapa tahapan (multistages) dengan kemungkinan gangguan semantik, alam dan mekanis.
4. Pesan yang disampaikan bersifat publik, mahal dan mudah terputus.
5. Komunikan memiliki jumlah yang besar dan dapat memilih pesan mana yang ingin ia akses.

Dari uraian-uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa karakteristik komunikasi massa adalah sebagai berikut :

1. Sumber atau komunikator dari komunikasi massa merupakan sebuah organisasi terlembaga yang menentukan pesan apa saja yang akan disebar.
2. Pesan bersifat terbuka karena semua orang mendapat isi pesan yang sama, mahal karena melibatkan beberapa tahapan encoding dan decoding serta diperlukannya teknologi untuk memproduksi dan menyebarkan pesan, serta dapat dipotong dengan gampang.
3. Komunikan tidak memiliki identitas (anonim), banyak, tersebar dan heterogen sehingga terpaan pesan dapat diapresiasi berbeda oleh masing-masing individu.
4. Proses umpan balik berjalan lambat dan sulit mendapatkan respons dari komunikator.

### **E. Fungsi Komunikasi Massa**

Menurut Effendy (2000), secara umum komunikasi massa memiliki beberapa fungsi yaitu:

1. Fungsi Informasi. Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya.
2. Fungsi Pendidikan. Media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik seperti melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa, pendengar atau pembaca.

3. Fungsi Memengaruhi. Media massa dapat memengaruhi khalayaknya baik yang bersifat pengetahuan (cognitive), perasaan (affective), maupun tingkah laku (conative).

Pendapat lain dikemukakan oleh DeFleur (1985), bahwa komunikasi massa memiliki beberapa fungsi diantaranya :

1. *Surveillance* (Pengawasan). Fungsi ini menunjuk pada pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian-kejadian dalam lingkungan maupun yang dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.
2. *Interpretation* (Penasiran). Fungsi ini mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpersona atau komunikasi kelompok.
3. *Linkage* (Pertalian). Fungsi ini bertujuan dimana media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
4. *Transmission of values* (Penyebaran nilai-nilai). Fungsi ini artinya bahwa media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan.
5. *Entertainment* (Hiburan). Fungsi ini bertujuan untuk mengurangi ketegangan pikiran halayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

## **F. Karakteristik Pesan Komunikasi Massa**

Pesan-pesan komunikasi massa dapat diproduksi dalam jumlah yang sangat besar dan dapat menjangkau audiens yang sangat banyak jumlahnya. Wright (dalam Wiryanto, 2004) memberikan karakteristik pesan-pesan komunikasi massa sebagai berikut :

### 1. **Publicly**

Pesan-pesan komunikasi massa pada umumnya tidak ditujukan kepada perorangan tertentu yang eksklusif, melainkan bersifat terbuka untuk umum atau publik. Semua anggota mengetahui, orang lain juga menerima pesan yang sama dan disampaikan secara *publicly*.

### 2. **Rapid**

Pesan-pesan komunikasi massa dirancang untuk mencapai audiens yang luas dalam waktu yang singkat dan simultan. Pesan-pesan dibuat secara massal dan tidak seperti *fine art* yang dapat dinikmati berabad-abad.

### 3. **Transient**

Pesan-pesan komunikasi massa umumnya dibuat untuk memenuhi kebutuhan segera, dikonsumsi “sekali pakai” dan bukan untuk tujuan-tujuan yang bersifat permanen. Namun, ada pengecualian, seperti buku-buku perpustakaan, film, transkripsi-transkripsi radio, dan rekaman audio visual yang merupakan kebutuhan dokumentatif. Pada umumnya pesan-pesan komunikasi massa adalah pesan-pesan yang *expendable*. Maka isi media cenderung dirancang secara *timely*, *supervisial*, dan kadang-kadang bersifat sensasional.

Media yang mempunyai kemampuan untuk menyebarkan pesan-pesan komunikasi massa secara cepat, luas, dan simultan adalah surat kabar, majalah, radio, film, televisi, dan internet. Leeuwis (2009) membahas mengenai media massa konvensional yang saat ini sedang berkembang. Media massa konvensional dapat berupa koran, jurnal pertanian, leaflet, radio dan televisi. Karakteristik dasarnya adalah bahwa seorang pengirim dapat mencapai banyak orang dengan media tersebut, sambil tetap berada di kejauhan, dan tanpa kemungkinan keterlibatan dalam interaksi langsung dengan audiens.

Media massa, khususnya radio, televisi, dan koran, memiliki pengaruh yang sangat besar dalam menentukan cara pandang

masyarakat mengenai berbagai hal. Itu sebabnya tidak mengherankan bahwa hal pertama yang dilakukan rezim otoriter baru adalah meyakinkan bahwa mereka mengontrol media massa. Idenya adalah bahwa bila kita mengontrol media massa, kita dapat secara selektif mempengaruhi cara masyarakat luas berpikir dan melihat realitas, dan dapat mencegah orang lain untuk menunjukkan gambaran yang berbeda mengenai realitas tersebut.

Menurut Wright (dalam Wiryanto, 2004), penerima atau *mass audience* memiliki karakteristik-karakteristik sebagai berikut :

**a. Large**

Besarnya *mass audience* adalah relatif dan menyebar dalam berbagai lokasi. Khalayak televisi misalnya, merupakan perorangan-perorangan yang tersebar dalam ratusan atau ribuan (bahkan jutaan) keluarga, di tempat-tempat umum yang memasang televisi penerima. Secara bersama-sama mereka adalah audiens televisi.

**b. Heterogen**

Komunikasi massa ditujukan untuk seluruh lapisan masyarakat, yang berasal dari berbagai status sosial, jenis kelamin, pendidikan, dan tempat tinggal. Heterogen adalah semua lapisan masyarakat dengan berbagai keragamannya.

**c. Anonim**

Anonim diartikan anggota-anggota dari *mass audience*, pada umumnya tidak mengenal secara pribadi dengan komunikator.

Gonzalez dalam Jahi (1988) menyebutkan tiga dimensi komunikasi massa, yaitu : kognitif, afektif, dan konatif. Efek kognitif meliputi peningkatan kesadaran, belajar, dan tambahan pengetahuan. Efek afektif berhubungan dengan emosi, perasaan, dan sikap. Sedangkan efek konatif berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu. Selanjutnya gonzalez menyatakan bahwa, meskipun dimensi-dimensi efek ini

berhubungan satu sama lain, ketiganya juga independen satu sama lain. mereka terjadi dalam berbagai sekuen, dan perubahan dalam satu dimensi tidak perlu diikuti oleh perubahan dalam dimensi lainnya. Efek komunikasi massa dapat juga ditinjau dari dimensi lain, yaitu : (1) Langsung atau kondisional, (2) spesifik-isi atau umum-menyebarkan, (3) perubahan atau stabilisasi, (4) kumulatif atau nonkumulatif, (5) jangka pendek atau jangka panjang, (6) mikro atau makro, dan (7) efek proporsional atau antisosial (gonzalez dalam Jahi, 1988).

Efek diketahui melalui tanggapan khalayak (*response audience*) yang digunakan sebagai umpan balik (*feedback*). Dalam komunikasi massa, jumlah umpan balik relatif kecil dibandingkan dengan jumlah khalayak secara keseluruhan yang merupakan sasaran komunikasi massa, dan sering tidak mewakili seluruh khalayak (Wiryanto, 2004).

Menurut McLuhan (dalam Rakhmat, 1997), media massa adalah perpanjangan alat indera kita. Dengan media massa, kita memperoleh informasi tentang benda, orang, atau tempat yang tidak kita alami secara langsung. Dunia ini terlalu luas untuk kita masuki semuanya. Media massa datang menyampaikan informasi tentang lingkungan sosial dan politik. Informasi tersebut dapat membentuk, mempertahankan, atau mendefinisikan citra. Karena media massa melaporkan dunia nyata secara selektif, sudah tentu media massa mempengaruhi pembentukan citra tentang lingkungan sosial yang timpang, bias, dan tidak cermat.

## **G. Model Komunikasi Massa**

### **1. Model transmisi**

Komunikasi melibatkan interpolasi atau pengalihan pola pikir dari “peran komunikator” yang baru antara masyarakat dan penerima pesan atau audience. Menurut model ini komunikasi massa adalah proses pengaturan sendiri yang diarahkan oleh kepentingan dan permintaan pemirsa yang hanya dapat diketahui oleh pemilihan dan respon dari pemirsa tersebut atas apa yang ditawarkan oleh media.

Ada 3 fitur penting dari model komunikasi massa yaitu :

- Menekankan pada peran memilih dari komunikasi massa
- Bahwa pemilihan di dasarkan pada penilaian atas apa yang disenangi pemirsa.
- Komunikasi tidak memiliki tujuan khusus, di luar tujuan akhirnya.

Contoh : media cetak khususnya surat kabar mempunyai banyak varian berita yang disajikan sesuai dengan keinginan dan kepentingan dari audince dalam mendapatkan informasi, misalnya media cetak surat kabar Jawa Post dimana dalam surat kabar terdapat beberapa segmen berita seperti umum, ekonomi, bisnis, sport dll hal ini dilakukan agar pengguna surat kabar bisa mendapatkan apa yang diinginkan dari media tersebut. Khususnya para remaja laki-laki yang ingin mendapatkan berita olahraga oleh karena itulah diberikan berita yang bersegment sport.

## 2. Model ritual atau ekspresif

Model komunikasi ini berhubungan dengan keinginan berbagai partisipasi, asosiasi, persahabatan dan keyakinan umum. Pandangan ritual ini tidak diarahkan pada perluasan pesan dalam ruang, tapi pemeliharaan masyarakat dalam waktu. Bukan perbuatan penanaman informasi melainkan gambaran dalam berbagai keyakinan.

Disebut model komunikasi ekspresif karena penekannya juga pada kepuasan hakiki atau intrinsik dari komunikan atau komunikator. Pesan dalam komunikasi ritual biasanya ambigu, tergantung pada pengertian dan simbol-simbol yang tidak dipilih atas kemauan sendiri oleh partisipan dalam komunikasi ini, namun langsung terjadi dalam kebudayaan. Media dan pesan biasanya sulit untuk dipisahkan, dan komunikasi ritual ini relative waktu dan perubahannya.

Contoh: Dalam acara “belajar Indonesia” dimana dalam acara ini menggambarkan keanekaragaman budaya dan cara berkomunikasi setiap daerah di Indonesia berbeda-beda misalnya, kebudayaan Jawa orang yang lebih muda saat berjalan melewati orang yang lebih tua biasanya menyapa atau mengucapkan “punten” serta

membungkukkan badan sebagai tanda hormat kepada orang yang lebih tua.

### 3. Model publisitas, komunikasi sebagai pertunjukan dan atensi.

Dalam model ini, pemirsa hanyalah sebagai penonton, bukan menjadi partisipan dari proses komunikasi atau penerima informasi. Terkadang tujuan dari media massa bukan untuk mengirimkan informasi ataupun untuk menyatukan ekspresi publik dalam hal budaya, kepercayaan, atau nilai-nilai sosial, namun secara sederhana hanya untuk menangkap dan menguasai atensi visual atau pendengaran. Media dalam model ini media di khususkan untuk mendapatkan perhatian dari *catching the eye*, membangkitkan emosi dan merangsang minat. Dalam melakukan hal tersebut, media mencapai satu tujuan ekonomi, yaitu memperoleh keuntungan dari audiensnya dan secara tidak langsung menjual atensi pemirsanya kepada para pemasang iklan. Sehingga pemirsa hanyalah menjadi obyek pasar media.

Contohnya: Pada acara pertandingan sepak bola dimana dalam acara ini atensi penonton yaitu dari segi emosi dan ketertarikan dari penonton menjadi suatu hal yang sangat menjual sehingga penyelenggara dalam suatu acara tersebut menjual atensi penonton kepada pemasang iklan untuk mensponsori acaranya.

### 4. Model resepsi, kode dan penerimaan kode dalam media.

Esensi dari pendekatan resepsi adalah untuk menemukan asal dan konstruksi dari arti pesan (diambil dari media) bersama dengan penerima pesannya. Pesan-pesan dari media selalu terbuka dan memiliki banyak arti dan diinterpretasikan menurut konteks dan budaya penerimanya.

Unsur dari pendekatan resepsi:

- Komunikator memilih untuk mengodekan pesan-pesan untuk tujuan-tujuan institusional dan ideologi untuk memanipulasi bahasa dan media untuk tujuan tersebut.
- Penerima pesan atau dekoder tidak memiliki keharusan untuk menerima pesan yang sebagaimana terkirim, namun bisa



menolak pengaruh ideologis dengan mengambil media yang berbeda atau menjadi pembaca pemirsa oposisi, menurut pengalaman dan analisa mereka sendiri.

Prinsip kunci dari model ini :

- Keberagaman arti dari isi pesan dalam media
- Keberadaan dari komunitas interpretatif atas pesan-pesan dalam media, yang bervariasi
- Penerima pesan memiliki kekuasaan atau keutamaan dalam menentukan arti pesan.

Contoh: bagaimana kita ikut mempersepsikan menurut diri kita sendiri mengenai citra polisi, setelah mengetahui bagaimana citra polisi yang diungkapkan atau diberitakan media. Interpretasi yang ada tergantung dari latar belakang yang dimiliki dari setiap audience.

Manusia tidak pernah terlepas dari proses komunikasi. Media massa merupakan salah satu sarana dalam proses komunikasi yang berperan penting dalam kehidupan manusia. Media komunikasi massa hadir sebagai sumber informasi, hiburan, dan pengetahuan bagi manusia namun feedbacknya dianggap tidak ada padahal sebenarnya feedback dalam proses komunikasi massa itu ada namun sifatnya yang tertunda atau lambat namun bukan berarti tidak ada. Oleh karena feedback yang tertunda itulah orang mengira feedback dalam proses komunikasi massa itu dianggap tidak ada karena tidak adanya komunikasi secara langsung antara komunikator dengan audience. Feedback yang tertunda dalam proses komunikasi massa dikarenakan beberapa faktor yaitu, distribusi dan penerimaan informasi dalam skala luas, arus informasi yang satu arah, hubungan yang asimetris, tidak mengenai seseorang (umum) dan tidak diketahui subjek manusianya, dan isi dalam penyampaiannya yang distandarisasikan.

Contohnya: media massa surat kabar dalam penyampaian informasi yang telah dilakukan mendapatkan feedback dari pembacanya yang berupa surat pembaca namun feedback itu bersifat tertunda atau tidak langsung bisa mendapatkan feedback hal ini dikarenakan proses komunikasi massa yang arus informasinya satu arah.

Penggunaan media massa **Enjoyment** : Fenomena penggunaan media massa ini membuat seseorang merasa nyaman dalam menggunakan media tertentu sehingga sampai mengakibatkan ketergantungan pada media tersebut. Dalam contoh fenomena ini dijelaskan bahwa seseorang ketergantungan terhadap handphone-nya dan membuat kadar percaya diri atau ego lebih tinggi sehingga menyebabkan *Nomophobia*.

Penggunaan media massa **Companionship** : Bagaimana kehadiran media massa bisa menjadi suatu individu dan kita bisa menjalin hubungan baik dengan media sehingga media bisa menjadi teman kita. Fenomena yang ada yaitu bagaimana seseorang merasa kesepian sehingga dia menggunakan media sebagai penghilang rasa sepi sehingga media dianggap sebagai temannya.

Penggunaan media massa **Surveillance** : Dalam penggunaan media ini, media bertindak sebagai pengawas atau kontrol masyarakat. Contoh fenomenanya yaitu media memberitakan mengenai rencana pembangunan gedung DPR yang baru sedangkan pada kenyataannya rakyat Indonesia masih banyak yang miskin dan masih banyaknya pembangunan yang lebih penting seperti gedung-gedung sekolah.

Penggunaan media massa **Interpretation** : Media mampu memberitakan dan menjelaskan mengenai suatu hal, kasus dan peristiwa tertentu secara mendalam dan didasari oleh beberapa hal yang melatar belakangnya sehingga audience mampu memahami akan informasi atau berita yang disampaikan oleh media. Pada contoh fenomenanya “stop pembangkit nuklir baru” dimana dalam pemberitaan ini media mampu memberikan penjelasan mengenai alasan pemberhentian pembangkit nuklir baru yang mengkhawatirkan gempa yang terus terjadi di Jepang.

## **H. Model-Model Efek Komunikasi Massa**

Sebagai suatu proses komunikasi yang dinamis, komunikasi massa memiliki beberapa model yang dikembangkan oleh para ahli. Model-model proses komunikasi massa diantaranya adalah :

### **1. Model teori peluru (*bullet theory model*)**

Teori peluru, yang juga dikenal sebagai teori “Hypodermic Needle” atau teori “Stimulus-Response” yang mekanistik merupakan suatu pandangan yang menyatakan, komunikasi massa memiliki kekuatan yang besar atas *mass audience*. Media massa dianggap memiliki pengaruh yang sangat besar, layaknya jarum suntik yang dimasukkan dalam tubuh pasien, audiens menerimanya secara langsung dan pengaruhnya spontan dirasakan. Hal ini menyebabkan adanya perubahan pemikiran khalayak, maupun perubahan sikap dan perilakunya secara spontan.

### **2. Model Efek Terbatas (*limited effects model*)**

Model ini muncul sekitar tahun 1940, ketika para ilmuwan sosial menjadi tertarik oleh efek-efek langsung dan kuat yang ditimbulkan oleh media massa atas individu-individu. Sejak saat itu, mulai dilakukan penelitian-penelitian ilmiah, yang semuanya menunjukkan kesimpulan yang sama : pengaruh komunikasi massa adalah terbatas, tidak all-powerfull, malahan sama sekali tidak efektif manakala tujuannya untuk menimbulkan sikap dan/atau perilaku nyata. Model efek terbatas ini memperoleh dukungan yang kuat dari model alir komunikasi dua tahap (*two step flow*) yang menyatakan, pesan-pesan media tidak seluruhnya mencapai *mass audience* secara langsung; sebagian besar malahan berlangsung secara bertahap. Tahap pertama dari media massa kepada para pemuka masyarakat (*opinion leaders*). Tahap kedua dari pemuka masyarakat kepada khalayak ramai (*mass audience* atau *followers*). Menurut model ini, komunikasi massa hanya akan efektif, khususnya dalam mengubah sikap dan perilaku (*behaviour change*), apabila ia dikombinasikan penggunaannya dengan komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*).

### **3. Model Efek Moderat (*moderate effects model*)**

Model ini merupakan hasil studi atau riset tentang efek yang dilakukan pada periode 1960-1970an. Studi pada periode itu berangkat dari posisi audiens (bukan dari posisi komunikator) dan lebih memusatkan perhatiannya pada pola-pola komunikasi mereka,

khususnya dalam hubungannya dengan pesan-pesan media. Model ini meliputi pendekatan-pendekatan sebagai berikut :

a). *The Information-Seeking Paradigm*

kecenderungan audiens untuk secara aktif mencari informasi dan tidak semata-mata pasif menerima informasi, bergantung pada *opinion leader*. Paradigma ini memusatkan perhatiannya pada perilaku individual dalam mencari informasi dan berusaha mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan perilaku.

b). *The Uses and Gratifications Approach*

Pendekatan tentang kebutuhan individu terhadap pesan-pesan media berdasarkan asas manfaat dan kepuasan. Menurut pendekatan ini, komunikasi massa mempunyai kapasitas menawarkan sejumlah pesan yang dapat dimanfaatkan oleh komunikannya, sekaligus dapat memuaskan berbagai kebutuhannya. Dengan demikian, orang yang berbeda dapat menggunakan pesan-pesan media yang sama untuk berbagai tujuan atau maksud yang berbeda-beda. Rakhmat (1997) menyebutkan, pendekatan ini pertama kali dinyatakan oleh Elihu Katz 1959 sebagai reaksi terhadap Bernard Berelson yang menyatakan bahwa penelitian komunikasi mengenai efek media massa sudah mati. Karena penggunaan media adalah salah satu cara untuk memperoleh pemenuhan kebutuhan, maka efek media sekarang didefinisikan sebagai situasi ketika pemuasan kebutuhan tercapai.

c). *The Agenda-Setting Function*

Model lain yang termasuk model efek moderat adalah pendekatan agenda setting yang dikembangkan oleh Maxwell E. McComb dan Donald L. Shaw. Model ini menunjuk pada kemampuan media massa untuk bertindak selaku agenda (catatan harian) komunikasi-komunikannya. Hal ini disebabkan media memiliki kapasitas untuk memilih materi atau isi pesan bagi komunikannya. Materi atau isi pesan ini diterima komunikasi sebagai sesuatu yang penting yang dapat mempengaruhi sikap dan perilakunya mengenai sesuatu hal. Menurut teori ini, media massa memang tidak dapat mempengaruhi orang untuk mengubah sikap, tetapi media massa cukup berpengaruh

terhadap apa yang dipikirkan orang. Ini berarti media massa mempengaruhi persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting.

d). *The Cultural Norms Theory*

Menurut teori ini komunikasi massa memiliki efek yang tidak langsung atas perilaku melalui kemampuannya dalam membentuk norma-norma baru. Norma-norma ini berpengaruh terhadap pola sikap untuk pada akhirnya akan mempengaruhi pola-pola perilakunya.

#### 4. Model efek kuat

Model efek kuat ini baru merupakan suatu indikasi, pada suatu saat orang akan benar-benar mendapati, komunikasi massa memiliki efek yang besar, *all-powerfull* dalam versi yang baru. Sejumlah studi agaknya sependapat, komunikasi massa dapat mewujudkan *powerfull effect* apabila ia digunakan dalam program-program atau kampanye-kampanye yang dipersiapkan lebih dulu secara cermat sesuai dengan prinsip-prinsip komunikasi yang ada. prinsip-prinsip itu antara lain sebagai berikut :

a). Prinsip mengulang-ulang (*redundancy*), yaitu mengulang-ulang suatu pesan selama periode waktu tertentu. Dengan cara ini ternyata banyak membawa hasil dibanding dengan hanya menyajikan pesan tunggal dalam memperoleh efek yang diinginkan.

b). Mengidentifikasi dan memfokuskan pada suatu audiens tertentu yang ditargetkan (segmentasi khalayak), kemudia tujuan dari komunikasi atau kampanye itu dirumuskan secara khusus dalam arti pesan-pesannya benar-benar terkait dan terarah kepada pencapaian tujuan. Dengan cara ini audiens merasa, pesan-pesan itu ditujukan kepadanya dan tidak kepada setiap orang.

c). Ide atau gagasan dari teori-teori komunikasi juga dapat digunakan dalam pengembangan tema-tema komunikasi, pesan-pesan yang akan diciptakan dan media yang digunakan.

d). Sejumlah prinsip-prinsip yang lain.

## **Penggabungan Saluran Media Massa dengan Saluran Antarpribadi**

Schramm (dalam Wiryanto, 2004) menunjukkan secara khusus tugas-tugas modernisasi yang dapat dan tidak dapat dilakukan oleh media massa, dan dapat diterapkan untuk setiap situasi komunikasi massa. Penggabungan antara media massa dan saluran antarpribadi merupakan alat yang paling efektif untuk :

1. Mencapai khalayak dengan ide-ide baru
2. Mempengaruhi mereka memanfaatkan inovasi-inovasi.

Bentuk penggabungan antara kedua saluran itu disebut sebagai forum-forum media (*mass media forums, media forums*). Forum-forum media ini pertama kali dikembangkan di kalangan keluarga-keluarga petani di Kanada. Kemudian menyebar ke Jepang dan negara-negara berkembang seperti India, Nigeria, Ghana, Malawi, Kosta Rika, dan Indonesia. Forum-forum media ini diorganisasikan, ketika kelompok-kelompok kecil dari individu-individu yang bertemu secara reguler menerima suatu program dari media massa dan mendiskusikan program itu.

Jenis Forum media adalah sebagai berikut :

### **Forum-Forum Radio**

India pernah tercatat sebagai negara yang paling luas menggunakan forum radio. Forum radio berusaha membantu para petani menyadarkan mereka tentang masalah-masalah atau inovasi-inovasi di bidang pertanian dan kesehatan serta meningkatkan semangat mereka untuk mencoba ide-ide baru. Secara reguler program-program radio yang sudah dijadwalkan, mengadakan agenda pertemuan anggota-anggota forum, baik di rumah maupun di tempat-tempat umum guna mendengarkan siaran yang berfungsi sebagai agen kelompok-kelompok belajar yang menyertainya. Forum-forum itu memberikan umpan balik secara teratur berupa laporan-laporan diskusi atau pertanyaan-pertanyaan klarifikasi kepada penyiar.

## **Sekolah-Sekolah Media Massa**

Sekolah-sekolah media ini berusaha memberikan dasar-dasar pendidikan, termasuk latihan-latihan melek huruf kepada penduduk yang bertempat tinggal di daerah-daerah pedesaan yang terpencil.

## **Kelompok-Kelompok Studi di Republik Rakyat Cina**

Partai komunis Cina mempergunakan kelompok-kelompok diskusi majalah dan surat kabar sebagai alat indoktrinasi dan pengajaran di kalangan kader-kader partai dan para pengikut partai untuk jangka waktu 50 tahun.

Berbagai tipe forum media, semuanya adalah bentuk-bentuk komunikasi massa yang dikombinasikan dengan dampak komunikasi antarpribadi dalam kelompok-kelompok kecil. Kelompok merupakan unsur yang penting dalam menggerakkan individu-individu kepada penerimaan yang lebih besar pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa. Prinsip dasar yang digunakan adalah untuk menanamkan atau memperkenalkan gagasan-gagasan kepada sejumlah khalayak secara luas.

## **Efek Forum-Forum Media**

Meskipun ada perbedaan-perbedaan dalam tipe sistem forum media antar negara satu dan negara lain serta jenis program yang ditekankan, tetapi semuanya mempunyai unsur-unsur sebagai berikut :

1. Semua memanfaatkan atau mendayagunakan suatu medium (radio, televisi, atau media cetak) untuk membawakan muatan besar penyampaian pesan-pesan mengenai teknik-teknik inovasi kepada forum diskusi.
2. Semua menyangkut kelompok-kelompok kecil yang disampaikan melalui saluran-saluran media massa dan anggota-anggotanya kemudian berpartisipasi dalam diskusi-diskusi.
3. Semua program media tampak efektif dalam menciptakan pengetahuan, membentuk dan mengubah sikap serta dalam catalyzing perubahan perilaku.

Faktor-faktor yang menyebabkan mengapa individu-individu akan belajar lebih banyak apabila mereka menjadi anggota-anggota dari forum media adalah sebagai berikut :

1. Perhatian dan partisipasi disemangati oleh adanya tekanan kelompok (*group pressure*) dan harapan-harapan sosial (*social expectation*).
2. Perubahan sikap timbul lebih nyata apabila individu-individu berada di dalam kelompok.
3. *Novelty effects* dari saluran-saluran baru dan yang diikuti kemudian oleh kredibilitas tinggi yang melekat pada media dapat dipertanggungjawabkan bagi keberhasilan forum-forum media.
4. Umpan balik (*feedback*) dari forum kepada penyiar berlangsung dengan teratur dan relatif cepat.
5. Forum media memiliki keunggulan dalam mengatasi proses seleksi dari anggota-anggota kelompok.

## **I. Teori-Teori Komunikasi Massa**

Beberapa tahun ke belakang, cukup terkenal satu jargon/ pernyataan yang mengatakan “Ah teori!”. Dalam pemahaman kita akan teori yang dinyatakan tersebut sangat sederhana, bisa jadi hanya semacam kata-kata saja yang tidak pernah adakan kejelasannya, atau hanya sebuah pemikiran yang mengawang-ngawang sehingga mustahil untuk mewujudkan. Ada benarnya pemahaman kita akan teori tersebut seperti dikatakan oleh Turner (Nuruddin,2003), yaitu”Cerita tentang bagaimana dan mengapa sesuatu itu terjadi. Para ahli biasanya memulai dengan asumsi menyeluruh, termasuk seluruh bidang sosial yang dibentuk oleh aktifitas manusia, menyatakan landasan kepastian dan proses serta sifat dasar yang menerangkan pasang surutnya peristiwa dalam proses yang lebih khusus.” Sementara itu menurut Bowers dan Courtright mendefinisikan bahwa teori adalah seperangkat pernyataan yang menyatakan hubungan antarvariabel. Sedangkan Bailey menyatakan bahwa teori adalah penjelasan dan prediksi fenomena sosial yang berhubungan dengan subjek ketertarikan kepada beberapa fenomena yang lain.(Nuruddin, 2003). Ilmuwan komunikasi, Stephen W. Littlejohn (2005)



menyederhanakan teori sebagai pemikiran, konsep, penjelasan dan ilmu-ilmu dari beberapa aspek pengalaman manusia.

Menurut Littlejohn dan Foss (2005), semua teori merupakan abstraksi. Mereka selalu mengurangi pengalaman menjadi sebuah bentuk kategori-kategori dan sebagai hasilnya selalu meninggalkan sesuatu. Sebuah teori memfokuskan perhatian pada sesuatu—pola, hubungan, variabel—dan mengabaikan yang lainnya. Tidak ada teori yang akan mengungkapkan semua kebenaran atau mampu untuk benar-benar menyampaikan subjek atau penelitiannya. Teori-teori berfungsi untuk sebagai panduan yang membantu kita memahami, menjelaskan, mengartikan, menilai dan menyampaikan.

Abraham Kaplan seperti dikutip Littlejohn dan Foss (2005), menulis bahwa bentuk sebuah teori bukan hanya penemuan dari sebuah fakta tersembunyi; teori adalah sebuah cara untuk melihat fakta, menyusun dan menunjukkannya. Stanley Deetz menambahkan bahwa sebuah teori adalah sebuah cara untuk melihat dan memikirkan dunia. Oleh karena itu, hal tersebut lebih baik jika dilihat sebagai kacamata yang digunakan seseorang dalam pengamatan daripada sebuah cerminan alam. Teori merupakan tafsiran sehingga mempertanyakan kegunaan sebuah teori lebih bijaksana daripada mempertanyakan kebenarannya. Kebenaran apapun dapat diperlihatkan melalui beragam cara, tergantung pada orientasi ahli teorinya.

Sebuah teori terikat dengan tindakan secara intim. Bagaimana kita berfikir menunjukkan cara bertindak kita dan bagaimana kita bertindak menunjukkan cara berfikir kita. Ia berisi seperangkat pelajaran untuk membaca dunia dan bertindak di dalamnya. (Littlejohn dan Foss, 2005). Teori memperkenalkan ide-ide baru dan membantu kita melihat sesuatu dengan cara yang baru.

Untuk mendalami teori, ada beberapa dimensi teori yang harus difahami;

1. Asumsi filosofis atau kepercayaan dasar yang mendasari teori.

Titik awal semua teori adalah asumsi-asumsi filosofis yang mendasarinya. Asumsi yang dipakai oleh seorang ahli teori menentukan bagaimana sebuah teori akan digunakan. Asumsi filosofis dibagi menjadi tiga jenis; asumsi ontologis atau pertanyaan-pertanyaan tentang keberadaannya, apa yang mendasari keberadaannya; asumsi epistemologi atau pertanyaan tentang asal-usul

pengetahuan, bagaimana sifat dan pengetahuan tersebut diperoleh; dan asumsi aksiologi atau pertanyaan-pertanyaan tentang nilai kegunaan, apakah teori tersebut berharga.

2. Konsep atau susunan-susunan pembentukan  
Konsep merupakan susunan materi-materi yang dikelompokkan ke dalam kategori-kategori konseptual menurut kualitas-kualitas yang diamati. Konsep memberitahukan apa yang dilihat oleh ahli teori dan apa yang dianggap penting. Untuk menentukan konsep, ahli teori komunikasi mengamati banyak variabel dalam interaksi manusia dan menggolongkannya serta menandainya menurut pola-pola yang diterima.
3. Penjelasan atau hubungan dinamis yang dihasilkan oleh teori, dan  
Sebuah penjelasan merupakan dimensi selanjutnya dari teori dan di sini para ahli teori mengidentifikasi keteraturan atau pola dalam hubungan antarvariabel. Penjelasan terbagi dua; penjelasan kausal dan penjelasan praktis. Penjelasan kausal dihubungkan sebagai hubungan sebab akibat dengan salah satu variabel yang dianggap sebagai hasil atau akibat dari variabel lainnya. Sebaliknya penjelasan praktis menjelaskan tindakan-tindakan sebagai tujuan yang terhubung dengan tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan di masa yang akan datang.
4. Prinsip atau panduan untuk tindakan  
Prinsip merupakan acuan yang memungkinkan anda untuk mengartikan sebuah kejadian, membuat penilaian mengenai apa yang terjadi dan selanjutnya memutuskan bagaimana bertindak dalam situasi tersebut. Sebuah prinsip memiliki tiga bagian: (1) mengidentifikasi sebuah situasi atau kejadian, (2) menyertakan seperangkan norma atau nilai, (3) menegaskan sebuah hubungan antara susunan tindakan dan akibat yang mungkin

Dalam penelitian komunikasi massa, Littlejohn dan Foss (2005) mengungkapkan tiga topik yang sering dan dapat diteliti serta menghasilkan beberapa teori yakni isi dan susunan komunikasi massa, masyarakat dan budaya serta audiens. McQuail (1987) menyebutkan beberapa tema lain yang dapat diteliti dalam komunikasi massa yakni struktur dan organisasi media.

Pada tataran teori, McQuail (2000) kemudian membedakan teori-teori komunikasi massa menjadi lima bagian yakni :

1. Teori Sosial Ilmiah : teori yang masuk dalam kategori ini merupakan teori yang didasari oleh penelitian-penelitian empiris. Hipotesis-hipotesis tentang bagaimana komunikasi massa bekerja dan atau bagaimana efek komunikasi massa kemudian diuji melalui pengujian sistematis dan observasi objektif.
2. Teori Kultural : teori yang masuk dalam kategori ini memiliki beragam karakter. Meski demikian teori ini selalu memiliki argumen yang jelas dan konsistensi yang tinggi meski komponen intinya bisa jadi sangat imajinatif dan ideal. McQuail menjelaskan bahwa teori-teori kultural ini biasanya diaplikasikan pada media visual seperti film, foto atau poster.
3. Teori Normatif : teori yang masuk dalam kategori teori normatif merupakan teori yang menjelaskan bagaimana seharusnya media beroperasi dengan sebuah sistem spesifik dalam nilai-nilai sosial. Teori ini mencakup tentang empat teori pers.
4. Teori Operasional : teori operasional adalah teori normative namun dengan segi-segi praktikal. Teori yang masuk dalam kategori ini bukan hanya mengenai bagaimana idealnya sebuah media beroperasi namun juga bagaimana sebuah media dapat beroperasi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tertentu. Teori yang masuk dalam kategori ini antara lain adalah teori-teori periklanan dan perilaku konsumen.
5. Teori common sense : disebut juga dengan teori sehari-hari, teori ini merujuk kepada pengetahuan dan ide-ide yang dimiliki oleh semua orang yang pernah bersinggungan dengan komunikasi massa. Lebih lanjut,

Baran dan Davis menyebutkan bahwa setiap orang memiliki teori-teori tersendiri tentang saluran komunikasi massa yang seperti apa yang berkualitas.

Berbeda dengan pengkategorisasian McQuail, Baran dan Davis (2000) mengelompokkan teori-teori yang berkembang dalam komunikasi massa sesuai dengan era perkembangannya yakni era teori masyarakat massa, era kebangkitan perspektif ilmiah dalam komunikasi massa, era efek terbatas, era kritis kultural dan era efek moderat.

Era masyarakat massa dimulai saat teknologi komunikasi massa berkembang. Dengan penemuan-penemuan terbaru, baik dalam bidang industri maupun media, banyak ilmuwan sosial yang berpikir bahwa media massa merupakan simbolisasi segala sesuatu yang salah dalam kehidupan urban di awal abad 19. Perlu diketahui bahwa ilmuwan ilmuwan sosial ini berasal dari golongan golongan elit bangsawan yang takut akan perubahan. Perspektif keilmuan yang berasal dari ketakutan ini kemudian dirujuk sebagai teori masyarakat massa.

Argumen inti pada teori masyarakat massa ini adalah media massa dianggap merusak tatanan sosial tradisional dan untuk memperbaikinya harus diambil langkah-langkah untuk mengembalikan lagi nilai-nilai lama atau menciptakan sesuatu yang baru. Teori ini sangat membesar-besarkan kemampuan media untuk merusak tatanan sosial sehingga gagal mempertimbangkan bahwa kekuatan terbesar media ada pada pilihan bebas masyarakat untuk mengkonsumsi media tersebut (Baran dan Davis, 2000).

Era kebangkitan perspektif ilmiah dalam komunikasi massa dipelopori oleh Katz Lazarsfeld. Imigran yang keluar dari Nazi Jerman dibawah Ford Foundation ini kemudian berkeras bahwa untuk mengetahui pengaruh komunikasi atau media massa tidak cukup hanya dengan asumsi-asumsi semata. Lazarsfeld kemudian menawarkan ide untuk melakukan penelitian yang didesain secara teliti dan melakukan percobaan lapangan sehingga dia dapat mengamati dan mengukur pengaruh media kepada masyarakat. Lazarsfeld et all (dalam Baran dan Davis, 2000) mengutarakan bahwa sekedar mengasumsikan bahwa propaganda politik memiliki pengaruh yang besar, harus ada bukti yang kuat yang dapat menunjukkan pengaruh tersebut.

Pada awal 1950an penelitian Lazarsfeld kemudian menghasilkan banyak data yang menginterpretasikan bahwa komunikasi melalui media massa tidaklah memiliki pengaruh sebesar yang selama ini dibayangkan. Media massa justru mendukung tatanan sosial dan status quo yang berkembang di masyarakat, bukan mengancamnya. Hal ini kemudian dilabeli sebagai perspektif efek terbatas atau *limited effects perspective* dan membawa ilmuwan komunikasi kepada era efek terbatas.

Setelah tahun 1950an para peneliti di bidang komunikasi massa kemudian menghentikan penelitian yang berkaitan tentang powerful effects dan mendokumentasikan semua hal yang berhubungan dengan limited effects. Hasil penelitian ini kemudian sangat konsisten dengan yang dikemukakan oleh Lazarsfeld sehingga banyak peneliti merasa bosan dan beranggapan bahwa penelitian komunikasi massa sudah habis (Baran dan Davis, 2000).

Era keempat yang dikemukakan oleh Baran dan Davis (2000) adalah era kritisme kultural (*cultural criticism*). Meski efek terbatas populer di Amerika namun para peneliti Eropa skeptis terhadap metode penelitian Amerika. Era ini menghasilkan sedikitnya dua perspektif komunikasi massa yakni neomarxisme dan studi kultural Inggris (*british cultural studies*).

Neomarxisme menganggap bahwa media membuat para elit dominan untuk mengembangkan kekuatan mereka. Hall dalam Baran dan Davis (2000) kemudian menjelaskan bahwa media menyebarluaskan cara pandang yang sesuai dengan para elit dominan. Dengan kata lain media massa dianggap sebagai area publik dimana sebuah pertempuran budaya terjadi dan budaya hegemoni ditempa habis-habisan untuk menyiarkan pandangan bahwa status quo merupakan satu-satunya hal yang logis dan rasional dalam struktur masyarakat.

British cultural studies memfokuskan penelitiannya pada media massa dan peranannya dalam mempromosikan pandangan dunia yang terhegemoni dan budaya dominan diantara beragam subgrup di masyarakat. Dalam penelitiannya Mosco dan Herman (dalam Baran dan Davis, 2000) kemudian menemukan bahwa orang-orang kerap kali menolak terhadap ide hegemoni dan menyebarkan interpretasi alternatif dari kehidupan sosial. Meskipun British cultural studies bermula dari asumsi-asumsi determinis tentang pengaruh media massa namun penelitian mereka kemudian lebih berfokus terhadap studi resepsi khalayak yang membangkitkan

kembali pertanyaan penting tentang kekuatan potensial yang dimiliki media dalam situasi tertentu dan kemampuan khalayak aktif untuk menahan pengaruh media.

Era terakhir adalah era efek moderat dimana pertanyaan tentang efek media kembali dipertanyakan dengan cara yang berbeda. Setelah pada tahun 1960an penelitian pada bidang komunikasi massa dianggap mati pada era ini komunikasi massa diteliti dari sudut pandang khalayak. Salah satu anggapan utama dalam era ini adalah tentang khalayak aktif yang menggunakan media untuk membuat pengalaman berarti (Baran dan Davis, 2000). Menurut perspektif ini juga pengaruh media bisa timbul sebagai konsekuensi langsung setelah adanya interaksi yang cukup lama. Dari era ini teori-teori yang muncul antara lain adalah teori semiotik dan framing.

Berdasarkan hasil studi dan penelitian yang dilakukan oleh para ahli mengenai komunikasi massa ini, setidaknya ada beberapa teori komunikasi massa yang dapat dijadikan sebagai bahan analisis dalam mengamati fenomena komunikasi massa. Teori-teori itu diantaranya :

### 1. *Hypodermic Needle Theory*

Teori ini bisa dikatakan teori paling tua yang memandang dan menempatkan media sebagai sesuatu yang perkasa sehingga mampu mempengaruhi orang. Teori ini dikembangkan oleh Wilbur Schramm. Menurut teori ini, audience, anggota masyarakat dianggap mempunyai ciri khusus yang seragam dan dimotivasi oleh faktor biologis dan lingkungan serta mempunyai sedikit kontrol. Tidak ada campur tangan diantara pesan dan penerima. Artinya bahwa pesan yang sangat jelas dan sederhana akan jelas dan sederhana pula responnya. Jadi antara penerima tidak ada perantara atau langsung diterimanya. Teori ini lebih menitikberatkan pada instuisi daripada bukti ilmiah, peneliti ilmu sosial yang agak kuno dan sedikit bukti empiris. Teori ini juga memiliki asumsi bahwa pengelola media lebih pintar dibandingkan dengan audience sehingga audience dapat ditundukan dan dibentuk sedemikian rupa akibatnya audience dikelabui oleh siaran. Teori ini mempelajari masalah efek.

### 2. *Cultivation Theory*

Teori ini dikemukakan oleh pakar komunikasi yang bernama George Gerbner. Menurut teori kultivasi, televisi menjadi media

atau alat utama di mana para penonton televisi belajar tentang masyarakat dan kultur di lingkungannya. Persepsi apa yang terbangun di benak penonton tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi. Melalui kontak televisi, penonton belajar mengenai dunia, manusianya, nilainya serta adat kebiasaannya. Teori kultivasi mengkaji masalah media dan audience.

### 3. *Cultural imperialism theory*

Teori ini diperkenalkan oleh Herb Schiller. Asumsi dasar teori ini menyatakan bahwa negara Barat mendominasi media di seluruh dunia. Hal ini berarti bahwa media massa Barat mendominasi media massa di dunia ketiga. Adanya dominasi ini mempunyai efek yang kuat untuk mempengaruhi media dunia ketiga, sehingga mereka ingin meniru budaya yang muncul lewat media tersebut. Saat terjadi peniruan budaya, maka terjadilah apa yang disebut dengan *cultural imperialism* (penjajahan budaya).

### 4. *Media equation theory*

Teori ini dikembangkan oleh Byron Reeves dan Clifford Nass. Menurut asumsi teori ini, media diibaratkan manusia. Teori ini memperhatikan bahwa media juga bisa diajak berbicara. Media bisa menjadi lawan bicara individu seperti dalam komunikasi interpersonal yang melibatkan dua orang dalam situasi *face to face*. Media equation theory menjelaskan bahwa media dianggap sebagai sejajar dengan manusia. Teori ini mengibaratkan bahwa media dapat berbicara. Persoalan-persoalan hidup dapat dicurahkan kepada media.

### 5. *Spiral of Silence theory*

Teori ini diperkenalkan oleh Elizabeth Noelle Neumann. Secara ringkas teori ini ingin menjawab pertanyaan, mengapa orang-orang dari kelompok minoritas sering merasa perlu menyembunyikan “sesuatu”nya ketika berada dalam kelompok mayoritas. Teori ini menitikberatkan peran opini dalam interaksi sosial. Sebagaimana kita ketahui, opini publik sebagai sebuah isu kontroversial akan berkembang pesat saat dikemukakan melalui media massa. Ini berarti opini publik orang-orang juga dibentuk, disusun, dan dikurangi oleh peran media massa.

## 6. *Tecnological Determinism Theory*

Teori ini dikemukakan oleh Marshall McLuhan pertama kali pada tahun 1962. Teori ini mendasarkan pada perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi yang akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berfikir, berperilaku dalam masyarakat dan akhirnya teknologi mengarahkan manusia untuk bertindak.

## 7. *Diffusion of Innovation theory*

Tokoh pencetusnya adalah Everett M. Rogers. Teori ini pada awalnya mendudukan peran pemimpin opini dalam mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Artinya, media massa mempunyai pengaruh yang kuat dalam menyebarkan penemuan baru. Apalagi jika penemuan baru tersebut disampaikan dan disebarluaskan oleh tokoh masyarakat. Difusi mengacu pada penyebaran informasi baru, inovasi, atau proses baru ke seluruh masyarakat.

## 8. *Use and Gratifications Theory*

Tokoh utamanya adalah Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. Teori ini merupakan kebalikan dari teori jarum hipodermik. Ada 5 (lima) asumsi dasar dari teori ini, yaitu :

- Audiens adalah aktif, dan penggunaan media berorientasi pada tujuan.
- Inisiatif yang menghubungkan antara kebutuhan kepuasan dan pilihan media spesifik terletak di tangan audiens.
- Media bersaing dengan sumber-sumber lain dalam upaya memuaskan kebutuhan audiens.
- Orang-orang mempunyai kesadaran-diri yang memadai berkenaan penggunaan media, kepentingan dan motivasinya.
- Nilai pertimbangan seputar keperluan audiens tentang media spesifik atau isi harus dibentuk.



## 9. *Agenda setting theory*

Agenda-setting diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw. Asumsi dasar teori ini adalah bahwa jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Jadi apa yang dianggap penting media, maka dianggap penting juga oleh khalayak. Dalam hal ini media diasumsikan memiliki efek yang sangat kuat, terutama karena asumsi ini berkaitan dengan proses belajar bukan dengan perubahan sikap dan pendapat.

Secara spesifik, ada 2 (dua) asumsi mendasar dari teori ini adalah, (1). pers dan media tidak mencerminkan realitas yang sebenarnya, melainkan mereka membentuk dan mengkonstruksi realitas tersebut. (2). media menyediakan beberapa isu dan memberikan penekanan lebih kepada isu tersebut yang selanjutnya memberikan kesempatan kepada publik untuk menentukan isu mana yang lebih penting dibandingkan dengan isu lainnya.

## 10. *The Expectancy value Theory*

Teori ini hasil pengembangan Phillip Palmgreen mengenai teori *uses and gratification* dengan penekanan pada aspek kelekatan media dengan pemirsanya. Menurut teori ini, kepuasan seseorang terhadap media ditentukan oleh sikap orang tersebut terhadap media. Sebagai contoh, jika Anda percaya bahwa *situated comedy* (sitcoms), seperti OVJ menyediakan hiburan dan Anda senang dihibur, Anda akan mencari kepuasan terhadap kebutuhan hiburan Anda dengan menyaksikan acara tersebut. Jika, pada sisi lain, Anda percaya bahwa sitcoms menyediakan suatu pandangan hidup yang tak realistis dan Anda tidak menyukai hal seperti ini Anda akan menghindari untuk melihatnya.

## 11. *Dependency Theory*

Teori ketergantungan terhadap media mula-mula diutarakan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin Defleur. Menurut teori ini, suatu relasi yang bersifat integral antara pendengar, media, dan sistem sosial yang lebih besar. Dalam pandangan teori ini

diprediksikan bahwa khalayak tergantung kepada informasi yang berasal dari media massa dalam rangka memenuhi kebutuhan khalayak bersangkutan serta mencapai tujuan tertentu dari proses konsumsi media massa. Namun perlu digarisbawahi bahwa khalayak tidak memiliki ketergantungan yang sama terhadap semua media.

Sumber ketergantungan yang kedua adalah kondisi sosial. Model ini menunjukkan sistem media dan institusi sosial itu saling berhubungan dengan khalayak dalam menciptakan kebutuhan dan minat. Pada gilirannya hal ini akan mempengaruhi khalayak untuk memilih berbagai media, sehingga bukan sumber media massa yang menciptakan ketergantungan, melainkan kondisi sosial.

### **12. *Individual Differences Theory***

Dikembangkan oleh Melvin DeFleur. Asumsi dasar teori ini menyatakan bahwa pesan-pesan yang disampaikan media massa ditangkap oleh individu sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Dalam konteks ini, individu dinilai terdiri atas sejumlah orang yang memiliki perbedaan baik dari aspek perhatian, minat, keinginan maupun latar belakang (pendidikan, agama, budaya, ekonomi dan lain sebagainya). Oleh karena itu, efek penerimaan pesan pada individu juga akan menghasilkan efek yang beragam. Teori ini juga secara tidak langsung membantah bahwa semua orang memiliki kesamaan dalam hal kecenderungan, minat, perhatian dan penerimaan serta efek yang sama dari hasil terpaan media.

### **13. *Category Social Theory***

Dikembangkan oleh Melvin DeFleur. Individu yang masuk dalam kategori sosial tertentu/sama akan cenderung memiliki perilaku atau sikap yang kurang lebih sama terhadap rangsangan-rangsangan tertentu. Pesan-pesan yang disampaikan media massa cenderung ditanggapi sama oleh individu yang termasuk dalam kelompok sosial tertentu. Penggolongan sosial ini berdasarkan usia, jenis kelamin, suku bangsa, pendidikan, ekonomi, agama dan sebagainya. Dengan adanya penggolongan sosial ini muncullah media massa yang sifatnya special atau khusus yang diperuntukan bagi kalangan tertentu, dengan mengambil segmentasi/pangsa pasar tertentu.

### **14. *Social Relationship Theory***

Dikembangkan oleh Melvin DeFleur. Pesan media disampaikan melalui perantara/tidak langsung (*opinion leader*). Pada

dasarnya pesan-pesan komunikasi massa lebih banyak diterima individu melalui hubungan personal dibanding langsung dari media massa. Informasi melalui media massa tersebar melalui hubungan-hubungan sosial di dalam masyarakat. Opinion Leader memiliki peran dan fungsi strategis dalam memperjelas, memperkuat dan/atau mengklarifikasi informasi yang diterima. Ukurannya tergantung sejauhmana jalinan hubungan sosial antara opinion leader dengan khalayak. Teori ini berhubungan dengan model komunikasi dua tahap (*Two Step Flow Communication*).

### 15. *Social Learning Theory*

Dikembangkan oleh Albert Bandura. Menurut teori ini, media massa dapat menjadi media dalam proses pembelajaran sosial melalui pengamatan terhadap pesan yang disampaikan media baik secara langsung maupun tidak langsung. Teori Pembelajaran Sosial ini dapat digambarkan sebagai berikut:

-Mencoba → berhasil → diulangi.  
-Mencoba → gagal → tidak akan mengulangi.

Tahapan-tahapan Teori Sosial Learning meliputi 4 tahapan, yaitu :

1. *Attention Procces* : Pembelajaran sosial dilakukan melalui perhatian individu
2. *Retentional Procces*: Pembelajaran sosial dilakukan melalui ingatan/merekam objek
3. *Motor Retroduction* : Pembelajaran sosial dilakukan melalui tindakan/aktivitas.
4. *Motivational Procces* : Timbulnya motivasi atas adanya ganjaran terhadap proses yang dilakukan.

### 16. *Cultural Norm Theory*

Tokoh pencetus teori ini adalah Melvin DeFleur. Asumsi dasarnya adalah media massa melalui program tertentu dapat menguatkan budaya atau bahkan sebaliknya media massa menciptakan budaya baru dengan caranya sendiri. Pesan media mampu mengubah norma-norma budaya yang telah ada/berlaku dalam masyarakat. Dalam hal ini ada tiga indikator peran media terhadap budaya, yakni:

1. Memperkuat norma
2. Mengubah norma

### 3. Menciptakan norma baru

#### J. Rangkuman

Komunikasi massa merupakan proses menyampaikan dan membuat sebuah pesan yang disampaikan kepada luas melalui suatu organisasi yang bernama media. Pesan tersebut dapat disampaikan secara serempak dan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga daya jangkauannya lebih luas, serentak dan efek yang dihasilkannya pun lebih luas.

Komunikasi massa memiliki beberapa ciri spesifik, yaitu : proses komunikasi tidak langsung, bersifat satu arah, pesan bersifat, terbuka dan komunikasi yang tersebar luas. Karena kekhasannya, komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik diantaranya : umpan balik lebih bersifat lambat dan tertunda, efek yang dihasilkannya sangat besar dan luas, proses pengiriman dan penerimaan pesan dilakukan melalui beberapa tahapan, pesan bersifat publik dan komunikasi besar dan tersebar luas.

Selain ciri dan karakteristik yang khas, komunikasi massa juga memiliki beberapa fungsi, yaitu : informasi, pendidikan, mempengaruhi, pengawasan, penafsiran, pertalian, penyebaran nilai dan hiburan.

Terdapat beberapa model komunikasi massa, yaitu : model transmisi, model ritual dan ekspresi, model publisitas, komunikasi sebagai pertunjukkan atensi, model resepsi, kode dan penerimaan kode dalam media. Disamping itu, ada juga model efek komunikasi massa, diantaranya : model teori jarum suntik, model efek terbatas, model efek moderat dan model efek kuat.

Seperti halnya bentuk-bentuk komunikasi yang lain, komunikasi massa juga memiliki beberapa teori, yaitu : *Hipodermic Needle Theory*, *cultivation theory*, *cultural imperialism theory*, *media equation theory*, *Spiral of Silences theory*, *technological determinism theory*, *diffusion-innovation theory*, *uses and gratification theory*, *agenda setting theory*, *the expectancy values theory*, *dependency theory*, *individual differences theory*, *category social theory*, *social relationship theory*, *social learning* dan *cultural norm theory*.

## **K. Latihan**

1. Apa yang Anda ketahui dari komunikasi massa? Beri penjelasan secukupnya.
2. Setiap media seperti koran, majalah, radio, tv, dan internet masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangannya dalam proses komunikasi massa. Jelaskan secara rinci kelebihan dan kekurangan dari masing-masing media tersebut.
3. Apa yang dimaksud dengan fungsi komunikasi massa sebagai proses penyebaran nilai? Uraikan dengan dukungan contoh yang relevan.
4. Apa yang Anda tahu dari kode etik jurnalistik? Seberapa penting kode etik itu dalam proses kebebasan pers di Indonesia? Jelaskan secara logis.
5. Dalam kasus seperti apa media massa mampu mempengaruhi khalayak? Sejauhmana pula komunikasi massa memiliki keterbatasan dalam mempengaruhi khalayak. Uraikan jawaban Anda dengan dengan contoh yang relevan.
6. Apa yang Anda tahu tentang kebebasan pers? Apakah Indonesia sudah menerapkan dan menjamin adanya kebebasan pers? Ulas jawaban Anda dengan langkah-langkah analisis yang logis.
7. Sebutkan salah satu teori komunikasi massa berikut asumsi dasarnya? Bagaimana komentar/kritik Anda terhadap teori tersebut? Jelaskan secara rinci.
8. Menurut Anda, apakah tayangan televisi yang ada sekarang ini sudah menjalankan fungsinya dengan baik? Lalu bagaimana pula langkah meminimalisir dampak buruk dari tayangan media tv? Kupas secara mendalam.
9. Apa yang Anda tahu dari istilah keterbukaan informasi publik? Teori apa yang tepat untuk menjelaskan keterbukaan informasi publik? Jelaskan.
10. Bagaimana komentar Anda dengan maraknya tayangan televisi yang sering menampilkan aksi kekerasan dan pornografi? Menurut Anda, bagaimana seharusnya pengelola dan pengguna media dalam menyikapi ini? Dukung argumen Anda dengan pendekatan teori komunikasi massa.

## **BAB X**

### **TEORI KOMUNIKASI ORGANISASI**

#### **A. Standar Kompetensi**

1. Mahasiswa dapat memahami makna dan fungsi komunikasi dalam organisasi.
2. Mahasiswa dapat memahami cara kerja teori komunikasi dalam suatu organisasi.
3. Mahasiswa dapat memiliki kretrampilan berkomunikasi sebagai modal untuk terjun ke dalam organisasi baik di dalam kampus maupun di luar kampus.

#### **B. Pengertian Komunikasi Organisasi**

Korelasi antara ilmu komunikasi dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi itu. Ilmu komunikasi mempertanyakan bentuk komunikasi apa yang berlangsung dalam organisasi, metode dan teknik apa yang dipergunakan, media apa yang dipakai, bagaimana prosesnya, faktor-faktor apa yang menjadi penghambat, dan sebagainya. Jawaban-jawaban bagi pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah untuk bahan telaah untuk selanjutnya menyajikan suatu konsepsi komunikasi bagi suatu organisasi tertentu berdasarkan jenis organisasi, sifat organisasi, dan lingkup organisasi dengan memperhitungkan situasi tertentu pada saat komunikasi dilancarkan.

Para ahli mendefinisikan komunikasi organisasi berbedabeda. Misalnya, pengertian komunikasi organisasi dengan menekankan pada aspek organisasinya seperti yang dikemukakan oleh (Everett, 2005), yaitu suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan dan pembagian tugas.

Berbeda dengan halnya dengan Everett, Bonnington (2005) mendefinisikan komunikasi organisasi lebih operasional, yaitu komunikasi organisasi dimaknai sebagai sarana dimana manajemen

mengoordinasikan sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas-tugas dan wewenang.

Sedangkan (Wiryanto, 2004), mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai proses pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Misalnya: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Adapun komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah proses interaksi yang dinamis diantara unit-unit organisasi baik secara formal maupun informal berkenaan dengan pengaturan hak, kewajiban, tugas, wewenang, peran, fungsi dan distribusi kekuasaan dari unit-unit yang saling berhubungan dan bekerjasama satu sama lain dalam rangka mencapai tujuan bersama.

Dalam organisasi, kohesivitas anggota kelompok juga biasanya diikat oleh adanya nilai-nilai dan ideologi yang dibangun bersama sebagai landasan etis yang berfungsi mengatur bagaimana seharusnya organisasi dan anggota kelompoknya bertindak dan berperilaku dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

### **C. Karakteristik Komunikasi Organisasi**

Berdasarkan pengertian di atas, komunikasi organisasi memiliki beberapa karakteristik, yaitu :

1. Interaksi yang dinamis melalui pertukaran makna diantara unit-unit organisasi.
2. pengaturan hak, kewajiban, tugas, wewenang, peran dan fungsi.
3. Distribusi kekuasaan.
4. Interdependensi (saling ketergantungan).
5. Adanya orientasi dan tujuan yang sama.

#### **D. Jenis dan Proses Komunikasi Organisasi**

Sebagai salah satu bentuk komunikasi yang khas, komunikasi organisasi memiliki beberapa jenis dan proses yang berbeda dengan bentuk komunikasi lainnya. Merujuk pendapat Everett (1997), jenis dan proses komunikasi organisasi dapat dijelaskan sebagai berikut :

##### **a. Komunikasi lisan dan tertulis**

Dasar penggolongan komunikasi lisan dan tertulis ini adalah bentuk pesan yang akan disampaikan. Banyak bentuk komunikasi: terutama komunikasi antar pribadi (interpersonal communication), disampaikan secara lisan maupun tertulis. Karena sebagian besar interaksi manusia terjadi dalam bentuk ini, maka berbagai studi telah dilakukan untuk menilai manfaat dan efisiensi dari pesan yang disampaikan dengan cara ini.

##### **b. Komunikasi verbal dan non verbal**

Jika dua orang berinteraksi, maka informasi mengenai perasaan dan gagasan atau ide yang timbul akan dikomunikasikan. Perasaan seseorang juga dapat dinyatakan melalui berbagai isyarat-isyarat atau signal-signal non verbal. Dalam percakapan tatap muka langsung, perasaan, keadaan jiwa, atau suasana hati seseorang dinyatakan melalui gerakan isyarat(gesture), ekspresi wajah, posisi dan gerakan badan, postur, kontak fisik, kontak pandangan mata, dan stimulasi non-verbal lain yang sama pentingnya dengan kata-kata yang diucapkan.

##### **c. Komunikasi kebawah, keatas, dan kesamping**

Penggolongan komunikasi kebawah, keatas, dan kesamping (lateral) ini didasarkan pada arah aliran pesan-pesan dan informasi didalam suatu organisasi. Untuk memperoleh pengertian yang lebih mendalam, maka akan diuraikan ketiga jenis komunikasi tersebut :

##### **d. Komunikasi kebawah**

Aliran informasi dalam komunikasi kebawah mengalir dari tingkatan manajemen puncak ke manajemen menengah, manajemen yang lebih rendah, dan akhirnya sampai pada karyawan operasional. Komunikasi ini juga mempunyai



fungsi pengarahan, perintah, indoktrinasi, inspirasi dan evaluasi.

e. Komunikasi keatas

Alirannya dalam hirarki wewenang yang lebih rendah ke lebih tinggi biasanya mengalir disepanjang rantai komando. Fungsi utamanya adalah untuk memperoleh informasi mengenai kegiatan, keputusan dan pelaksanaan pekerjaan karyawan pada tingkat yang lebih rendah.

f. Komunikasi kesamping

Terjadi antara dua pejabat atau pihak yang berada dalam tingkatan hirarki wewenang yang sama (komunikasi horizontal) atau antara orang atau juga pihak pada tingkatan yang berbeda yang tidak mempunyai wewenang langsung terhadap pihak lainnya (komunikasi diagonal).

g. Komunikasi formal dan informal

Komunikasi formal terjadi diantara karyawan melalui garis kewenangan yang telah ditetapkan oleh manajemen. Komunikasi informal terjadi di antara karyawan dalam suatu organisasi yang dapat berinteraksi secara bebas satu sama lain terlepas dari kewenangan dan fungsi jabatan mereka.

Sedangkan proses komunikasi organisasi terjadi melalui beberapa tahapan, yaitu : tahap ideasi, tahap encoding, tahap pengiriman, tahap penerimaan, tahap decoding dan tahap tindakan.

Proses ideasi

Tahap pertama dalam suatu proses komunikasi adalah ideasi (ideation) yaitu proses penciptaan gagasan atau informasi yang dilakukan oleh komunikator.

Proses encoding

Gagasan atau informasi disusun dalam serangkaian bentuk simbol atau sandi yang dirancang untuk dikirimkan kepada komunikan dan juga pemilihan saluran dan media komunikasi yang akan digunakan.

Proses pengiriman

Gagasan atau pesan yang telah disimbolkan atau disandikan (encoded) melalui saluran dan media komunikasi yang tersedia dalam organisasi. Pengiriman pesan dapat dilakukan dengan berbicara, menulis, menggambar dan bertindak.

Proses penerimaan

Penerimaan pesan ini dapat melalui proses mendengarkan, membaca, atau mengamati tergantung pada saluran dan media yang digunakan untuk mengirimkannya.

Proses decoding

Pesan-pesan yang diterima diinterpretasikan, dibaca, diartikan, dan diuraikan secara langsung atau tidak langsung melalui proses berfikir.

Proses tindakan

Respon komunikasi dapat berbentuk usaha melengkapi informasi, meminta informasi tambahan, atau melakukan tindakan-tindakan lain.

## **E. Fungsi Komunikasi dalam Organisasi**

Sendjaja (1994) menyatakan fungsi komunikasi dalam organisasi adalah sebagai berikut:

- Fungsi informatif. Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi. Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti. Orang-orang dalam tataran manajemen membutuhkan informasi untuk membuat suatu kebijakan organisasi ataupun guna mengatasi konflik yang terjadi di dalam organisasi. Sedangkan karyawan (bawahan) membutuhkan informasi untuk melaksanakan pekerjaan, di samping itu juga informasi tentang jaminan keamanan, jaminan sosial dan kesehatan, izin cuti, dan sebagainya.

- Fungsi regulatif. Fungsi ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Terdapat dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif, yaitu: a. Berkaitan dengan orang-orang yang berada dalam tataran manajemen, yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Juga memberi perintah atau intruksi supaya perintah-perintahnya dilaksanakan sebagaimana semestinya. b. Berkaitan dengan pesan. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya, bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh untuk dilaksanakan.
- Fungsi persuasif. Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Sebab pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibanding kalau pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.
- Fungsi integratif. Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi yang dapat mewujudkan hal tersebut, yaitu: a. Saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (buletin, newsletter) dan laporan kemajuan organisasi. b. Saluran komunikasi informal seperti perbincangan antar pribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olahraga, ataupun kegiatan darmawisata. Pelaksanaan aktivitas ini akan menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri karyawan terhadap organisasi.

## **F. Pendekatan dalam Komunikasi Organisasi**

Selanjutnya, Griffin (2003) menyadur tiga pendekatan untuk membahas komunikasi organisasi. Ketiga pendekatan itu adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan sistem. Karl Weick (pelopor pendekatan sistem informasi) menganggap struktur hirarkhi, garis rantai komando komunikasi, prosedur operasi standar merupakan mungsuh dari inovasi. Ia melihat organisasi sebagai kehidupan organis yang harus terus menerus beradaptasi kepada suatu perubahan lingkungan dalam orde untuk mempertahankan hidup. Pengorganisasian merupakan proses memahami informasi yang samar-samar melalui pembuatan, pemilihan, dan penyimpanan informasi. Weick meyakini organisasi akan bertahan dan tumbuh subur hanya ketika anggota-anggotanya mengikutsertakan banyak kebebasan (*free-flowing*) dan komunikasi interaktif. Untuk itu, ketika dihadapkan pada situasi yang mengacaukan, manajer harus bertumpu pada komunikasi dari pada aturan-aturan.

Teori Weick tentang pengorganisasian mempunyai arti penting dalam bidang komunikasi karena ia menggunakan komunikasi sebagai basis pengorganisasian manusia dan memberikan dasar logika untuk memahami bagaimana orang berorganisasi. Menurutnya, kegiatan-kegiatan pengorganisasian memenuhi fungsi pengurangan ketidakpastian dari informasi yang diterima dari *lingkungan* atau wilayah sekeliling. Ia menggunakan istilah *ketidakjelasan* untuk mengatakan ketidakpastian, atau keruwetan, kerancuan, dan kurangnya *predictability*. Semua informasi dari lingkungan sedikit banyak sifatnya tidak jelas, dan aktivitas-aktivitas pengorganisasian dirancang untuk mengurangi ketidakpastian atau ketidakjelasan.

Weick memandang pengorganisasian sebagai proses evolusioner yang bersandar pada sebuah rangkaian tiga proses: (1) penentuan (*enachment*), (2) seleksi (*selection*), (3) penyimpanan (*retention*).

*Penentuan* adalah pendefinisian situasi, atau mengumpulkan informasi yang tidak jelas dari luar. Ini merupakan perhatian pada rangsangan dan pengakuan bahwa ada ketidakjelasan. *Seleksi*, proses ini memungkinkan kelompok untuk menerima aspek-aspek tertentu dan menolak aspek-aspek lainnya dari informasi. Ini mempersempit bidang, dengan menghilangkan alternatif-alternatif yang tidak ingin dihadapi oleh organisasi.

Proses ini akan menghilangkan lebih banyak ketidakjelasan dari informasi awal. *Penyimpanan* yaitu proses menyimpan aspek-aspek tertentu yang akan digunakan pada masa mendatang. Informasi yang dipertahankan diintegrasikan ke dalam kumpulan informasi yang sudah ada yang menjadi dasar bagi beroperasinya organisasinya.

Setelah dilakukan penyimpanan, para anggota organisasi menghadapi sebuah *masalah pemilihan*. Yaitu menjawab pertanyaan-pertanyaan berkenaan dengan kebijakan organisasi. Misal, "haruskah kami mengambil tindakan berbeda dari apa yang telah kami lakukan sebelumnya?"

Sedemikian jauh, rangkuman ini mungkin membuat anda mempercayai bahwa organisasi bergerak dari proses pengorganisasian ke proses lain dengan cara yang sudah tertentu: penentuan; seleksi; penyimpanan; dan pemilihan. Bukan begitu halnya. Sub-subkelompok individual dalam organisasi terus menerus melakukan kegiatan di dalam proses-proses ini untuk menemukan aspek-aspek lainnya dari lingkungan. Meskipun segmen-segmen tertentu dari organisasi mungkin mengkhususkan pada satu atau lebih dari proses-proses organisasi, hampir semua orang terlibat dalam setiap bagian setiap saat. Pendek kata di dalam organisasi terdapat siklus perilaku.

*Siklus perilaku* adalah kumpulan-kumpulan perilaku yang saling bersambungan yang memungkinkan kelompok untuk mencapai pemahaman tentang pengertian-pengertian apa yang harus dimasukkan dan apa yang ditolak. Di dalam siklus perilaku, tindakan-tindakan anggota dikendalikan oleh *aturan-aturan berkumpul* yang memandu pilihan-pilihan rutinitas yang digunakan untuk menyelesaikan proses yang tengah dilaksanakan (penentuan, seleksi, atau penyimpanan).

Demikianlah pembahasan tentang konsep-konsep dasar dari teori Weick, yaitu: lingkungan; ketidakjelasan; penentuan; seleksi; penyimpanan; masalah pemilihan; siklus perilaku; dan aturan-aturan berkumpul, yang semuanya memberi kontribusi pada pengurangan ketidakjelasan.

2. Pendekatan budaya. Asumsi interaksi simbolik mengatakan bahwa manusia bertindak tentang sesuatu berdasarkan pada pemaknaan yang mereka miliki tentang sesuatu itu. Mendapat dorongan besar dari antropolog Clifford Geertz, ahli teori dan etnografi, peneliti budaya yang melihat makna bersama yang unik adalah ditentukan organisasi. Organisasi dipandang sebagai budaya. Suatu organisasi merupakan sebuah cara hidup (*way of live*) bagi para anggotanya, membentuk sebuah realita bersama yang membedakannya dari budaya-budaya lainnya.

Pacanowsky dan para teoris interpretatif lainnya menganggap bahwa budaya bukan sesuatu yang dipunyai oleh sebuah organisasi, tetapi budaya adalah sesuatu suatu organisasi. budaya organisasi dihasilkan melalui interaksi dari anggota-anggotanya. Tindakan-tindakan yang berorientasi tugas tidak hanya mencapai sasaran-sasaran jangka pendek tetapi juga menciptakan atau memperkuat cara-cara yang lain selain perilaku tugas "resmi" dari para karyawan, karena aktivitas-aktivitas sehari-hari yang paling membumi juga memberi kontribusi bagi budaya tersebut.

Pendekatan ini mengkaji cara individu-individu menggunakan cerita-cerita, ritual, simbol-simbol, dan tipe-tipe aktivitas lainnya untuk memproduksi dan mereproduksi seperangkat pemahaman.

3. Pendekatan kritik. Stan Deetz, salah seorang penganut pendekatan ini, menganggap bahwa kepentingan-kepentingan perusahaan sudah mendominasi hampir semua aspek lainnya dalam masyarakat, dan kehidupan kita banyak ditentukan oleh keputusan-keputusan yang dibuat atas kepentingan pengaturan organisasi-organisasi perusahaan, atau manajerialisme. Bahasa adalah medium utama dimana realitas sosial diproduksi dan direproduksi. Manajer dapat menciptakan kesehatan organisasi dan nilai-nilai demokrasi dengan mengkoordinasikan partisipasi *stakeholder* dalam keputusan-keputusan korporat.

## G. Teori-Teori Komunikasi Organisasi

Berikut beberapa teori komunikasi organisasi yang diadaptasi dari beberapa pemikiran para ahli.

### 1. Teori Perilaku

Teori perilaku atau *the behavior theory of organization*, berpendapat bahwa ada tidaknya, baik buruknya, suatu organisasi itu tergantung dari sikap kelakuan para anggotanya. Salah seorang penganut teori ini yang terkenal adalah Herbert A. Simon dalam bukunya '*Administrative Behaviour*'. Namun, sejak Barnard (1938) mempublikasikan "*the function of the executive*", pikiran-pikiran baru muncul. Ia menyatakan bahwa organisasi adalah system orang, bukan struktur yang direkayasa secara mekanis.

Masalah organisasi terpenting menurut penganut teori ini adalah bagaimana membuat para warga organisasi itu bersikap, berpikir dan bertindak laku sebagai manusia organisasi yang tepat. Barnard juga menyatakan bahwa kewenangan merupakan suatu fungsi kemauan untuk bekerja sama. 4 syarat yang harus dipenuhi sebelum seseorang menerima suatu pesan yang otoritatif :

1. memahami pesan
2. percaya bahwa pesan tersebut tidak bertentangan dengan tujuan organisasi
3. percaya, pada saat memutuskan untuk kerja sama, pesan yang dimaksud sesuai dengan minatnya.
4. memiliki kemampuan fisik dan mental untuk melaksanakan pesan.

Kemudian seperangkat premis ini menjadi terkenal sebagai teori penerimaan kewenangan, yakni kewenangan yang berasal dari tingkat atas organisasi sebenarnya merupakan kewenangan nominal. Kewenangan menjadi nyata apabila diterima. Namun, Barnard menunjukkan bahwa banyak pesan tidak dapat dianalisis, dinilai dan diterima, atau ditolak dengan sengaja. Tetapi kebanyakan arahan, perintah dan pesan persuasive termasuk ke dalam *zona acuh-tak-acuh (zone of indifference)* seseorang.

100%

0%

100%

(Kemauan yang 100% untuk bekerja sama memperlihatkan zona yang memanjang dengan kedua arahnya menuju skala 100%. Suatu penolakan pesan yang mutlak {arahan, perintah & permohonan} menunjukkan suatu zona yang nilai-nilainya adalah nol)

Banyak pesan dalam suatu organisasi dirancang untuk memperlebar zona acuh-tak-acuh pegawainya. Lebar zona setiap bawahan berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Seorang bawahan boleh jadi mau menerima suatu pesan dengan penuh kehangatan dan penerimaan, bawahan lainnya tidak mau menerima tetapi juga tidak berarti menolaknya, sedangkan seorang bawahan ketiga sama sekali menolak pesan tersebut. Jadi kewenangan formal sama sekali tidak efektif jika terjadi penolakan oleh anggota dalam organisasi. Tannenbaum (1950) menyatakan bahwa, “luas kewenangan yang dimiliki atasan ditentukan oleh luas penerimaan bawahannya.”

## **2. Teori Hubungan Manusiawi**

Teori ini dikembangkan oleh Elton Mayo. Menurut teori ini, hubungan manusia sangat penting dalam menopang suatu perusahaan dalam jangka panjang. Hubungan manusia bisa diinterpretasikan dalam bermacam-macam cara. Sebagian organisasi dan orang-orang melihat hubungan manusia dari sudut pandang yang berbeda secara keseluruhan.

Bagaimanapun, hubungan manusia dalam ruang lingkup pekerjaan dan dilihat dari sudut pandang manajemen, kesimpulannya bahwa hal itu dapat diklasifikasikan menjadi dua point, yaitu :

- a. Hubungan Industri atau hubungan manusia dimana hasil dari sebuah rapat antara para manajer dan para pekerja.
- b. Hubungan pribadi atau hubungan manusia dapat membuka atau menumbuhkan eksistensi didalam semua lingkungan pekerjaan.

Kemajuan dari hubungan diantara semua level yang telah diterima sebagai elemen penting di dalam perkembangan dan kemajuan dari setiap industri organisasi, dan dimana sebagian



kesuksesan jangka panjang manajemen yang tidak mengutamakan kesepakatan dari usaha yang telah diarahkan.

Bagaimanapun, kemungkinan dari kebijaksanaan untuk perbaikan hubungan manusia bisa menjadikan pengejaran melulu karena efek di dalam produksi, dan bukan dari alasan pokok dari proses produksi untuk sikap yang benar dan seimbang kepada pribadi seseorang dan keperluan sosial dari para pekerja. Output yang lebih tinggi dapat membawa kita ketingkat kepuasan yang lebih tinggi pula bagi para pekerja.

Teori hubungan manusia ini menekankan pada pentingnya individu dan hubungan sosial dalam kehidupan organisasi. Teori ini menyarankan strategi peningkatan dan penyempurnaan organisasi dengan meningkatkan kepuasan anggota organisasi dan menciptakan organisasi yang dapat membantu individu mengembangkan potensinya. Dengan meningkatkan kepuasan kerja dan mengarahkan aktualisasi diri pekerja, akan mempertinggi motivasi bekerja sehingga akan dapat meningkatkan produksi organisasi.

Hubungan manusiawi muncul setelah perang dunia II. Sofer (1973) mengatakan bahwa Mayo dan kawan-kawannya menunjukkan secara ilmiah bahwa “suatu kelompok memiliki kehidupannya sendiri, lengkap dengan adat istiadat, norma dan control social yang efektif atas anggota-anggotanya.”

Kritik terhadap teori ini menyatakan bahwa pergerakan ini terlalu asyik dengan orang-orang & hubungan-hubungan mereka & mengabaikan keseluruhan sumber daya org. & anggota-anggotanya. Keinginan memberikan respons terhadap kebutuhan pribadi & organisasi telah menjadi suatu konsekuensi dari dasar-dasar yang telah diletakkan teoretisi terdahulu mengenai perilaku.

### **3. Teori Fusi**

Teori ini diperkenalkan oleh Bakke & Argyris. Banyaknya masalah dalam memuaskan minat manusia yang berlainan & dalam konteks memenuhi tuntutan penting struktur birokrasi, Bakke (1950) menyarankan suatu *proses fusi*. Pendapatnya bahwa organisasi, hingga suatu tahap tertentu, mempengaruhi individu, sementara pada saat yang sama individu pun mempengaruhi organisasi.

Argyris (1957), seorang rekan bakke di Universitas Yale, menyempurnakan karya Bakke. Ia berpendapat bahwa ada suatu ketidaksesuaian yang mendasar antara kebutuhan pegawai yang

matang dengan persyaratan formal organisasi. Organisasi mempunyai tujuan yang berlawanan dengan tujuan pegawai perseorangan. Para pegawai frustrasi sebagai akibat dari ketidaksesuaian tersebut; sebagian pegawai mungkin meninggalkan tempat kerja mereka, menjadi apatis & acuh-tak-acuh. Melalui konflik ini para pegawai lainnya menyadari untuk tidak mengharapkan kepuasan dari pekerjaan mereka.

#### **4. Teori Peniti Penyambung (Likert)**

Rensis Likert dari Universitas Michigan berjasa mengembangkan suatu model terkenal dengan sebutan *model peniti penyambung* (*the linking pin model*) yang menggambarkan struktur organisasi. Konsep peniti penyambung berkaitan dengan kelompok-kelompok yang tumpang tindih. Penyelia merupakan anggota dari 2 kelompok ; sebagai pemimpin unit yang lebih rendah dan anggota unit yang lebih tinggi. Penyelia berfungsi sebagai peniti penyambung, mengikat kelompok kerja yang satu dengan yang lainnya pada tingkat berikutnya.

Organisasi dengan struktur peniti penyambung menggalakan orientasi ke atas daripada ke bawah; komunikasi, pengaruh pengawasan dan pencapaian tujuan diarahkan ke atas dalam organisasi.

Luthans (1973) berpendapat bahwa konsep peniti penyambung cenderung menekankan & memudahkan apa yang seharusnya terjadi dalam struktur klasik yang birokratik. Tetapi pola hierarkis atasan bawahan, sering mendorong komunikasi ke bawah, namun menghambat komunikasi ke atas dan ke samping.

Kritik teori ini, adalah lambatnya tindakan kelompok, yang merupakan ciri organisasi berstruktur peniti penyambung, harus diimbangi dengan manfaat partisipasi yang positif-kontribusi kepada perencanaan, komunikasi yang lebih terbuka, dan komitmen anggota-yang tumbuh dari struktur peniti penyambung.

#### **5. Teori Sistem**

Tokoh utama teori ini adalah Karl Weick. Teori sistem memandang organisasi sebagai kaitan bermacam-macam komponen yang saling tergantung satu sama lain dalam mencapai tujuan organisasi. Setiap bagian mempunyai peranan masing-masing dan berhubungan dengan bagian-bagian lain dan karena itu koordinasi penting dalam teori ini.

Teori sistem adalah seperangkat prinsip yang terorganisasikan secara longgar dan sangat abstrak, yang berfungsi mengarahkan pikiran kita namun terikat pada berbagai penafsiran. (Fisher, 1987)

Interdependensi menunjukkan bahwa terdapat kesaling bergantungan di antara komponen-komponen / satuan-satuan suatu sistem. Suatu perubahan pada suatu komponen membawa perubahan pada setiap komponen lainnya.

Teori sistem memberikan suatu model deskripsi yang sangat kuat mengenai proses organisasi. Teori ini mempunyai banyak implikasi dan telah digunakan untuk mendeskripsikan fenomena organisasi dalam konteksnya sendiri.

Teori sistem menangani hakikat saling hubungan yang kompleks dari organisasi manusia dan menguraikan bagaimana organisasi bertumbuh dan berkembang. Tipe komunikasi yang dominan dalam organisasi yang menggunakan teori ini adalah komunikasi horizontal, baik dalam lingkungan organisasi maupun antara organisasi dengan organisasi lainnya.

Weick menggunakan teori sistem untuk menjelaskan pengaruh informasi yang berasal dari luar organisasi ke dalam internal organisasi & sebaliknya, untuk memahami bagaimana organisasi mempengaruhi lingkungan eksternalnya. Menurut Weick bahwa organisasi adalah suatu system yang menyesuaikan dan menopang dirinya dengan mengurangi ketidakpastian yang dihadapinya. Suatu system bersifat manusiawi. Manusia tidak hanya menjalankan organisasi; manusia merupakan organisasi tersebut.

Semakin sedikit ketidakjelasan pesan yang dimasukkan ke dalam system, semakin mudah menggunakan aturan yang sudah ditentukan. Sebaliknya, semakin banyak ketidakjelasan pesan yang dimasukkan ke dalam system, semakin besar kemungkinan digunakannya siklus komunikasi (interaksi ganda) untuk menangani ketidakpastian ini. Hal ini dapat dilihat dari dinamika hubungan yang diilustrasikan antara A dan B di bawah ini.

A berkomunikasi dengan B

B memberi respons pada A

A membuat beberapa penyesuaian / memberi respons pada B

Tiga tahap dalam proses pengorganisasian Weick, yaitu :

1. Tahap pemeranan (*enactment*)

Menghimpun sesuatu bagian dari sejumlah pengalaman untuk diperhatikan lebih lanjut. Para anggota organisasi menciptakan ulang lingkungan mereka dengan menentukan & merundingkan makna khusus bagi suatu peristiwa.

2. Tahap seleksi

Memasukkan seperangkat penafsiran ke dalam bagian yang dihimpun. Aturan-aturan dan siklus komunikasi digunakan untuk menentukan pengurangan yang sesuai dalam ketidakjelasan.

3. Tahap retensi

Penyimpanan segmen-segmen yang sudah diinterpretasikan untuk pemakaian pada masa mendatang. Organisasi menyimpan informasi mengenai cara organisasi itu memberi respons / berbagi situasi.

Weick menyatakan bahwa dalam diskusi –diskusi mutakhir mengenai organisasi “rasionalitas dipandang (1) sebagai sebuah himpunan yang berubah bila isu berubah, (2) sebagai dalih untuk menarik minat sumber daya dan legitimasi, dan (3) sebagai suatu proses pascatindakan yang digunakan secara retrospektif untuk menentukan alasan atas tindakan tersebut.”

## 6. Teori Asimilasi Organisasi

*The Organizational Assimilation Theory* (Teori Asimilasi Organisasi) dikembangkan oleh Fred Jablin pada tahun 1982, yang berusaha menjelaskan bagaimana individu sebagai anggota organisasi baru berasimilasi di dalam organisasi dengan menggunakan komunikasi. Jablin menggambarkan bahwa terdapat empat proses yang terjadi pada saat individu memasuki organisasi baru yaitu tahap sosialisasi awal (*anticipatory socialization*), tahap pertemuan (*the encounter stage*), tahap perubahan bentuk (*metamorphosis stage*), dan tahap keluar dari organisasi (*exit stage*).

Teori Asimilasi Organisasi memandang manusia sebagai individu dengan segala kebebasannya (*freewill*), punya kebebasan untuk berasimilasi atau tidak pada saat memasuki lingkungan baru. Namun tentu saja keberhasilan berasimilasi sangat dipengaruhi oleh latihan dan kemampuan individu yang pada akhirnya menentukan bisa atau tidaknya individu bertahan dalam organisasi. Menurut Miller (2001), dalam proses asimilasi tersebut komunikasi memegang peranan penting di setiap tahapannya. Pada tahap sosialisasi awal terdapat komunikasi selama wawancara, pada tahap pertemuan terdapat proses mencari informasi, dan tahap pembentukan terdapat proses pengembangan aturan organisasi.

Menurut Pace, R.W. & Faules (1998) asimilasi adalah “proses kognitif di mana individu mengintegrasikan pengalaman baru dengan skema yang telah ada”. Proses yang terus berlangsung karena individu senantiasa memproses rangsangan yang datang padanya. Menurut Piaget, asimilasi adalah salah satu dari 4 proses pembelajaran individu, proses yang lainnya adalah skema, akomodasi dan keseimbangan. Ketika individu memasuki organisasi, proses individu bersatu dengan budaya organisasi, menyesuaikan aturan dalam organisasi, dan pada saat keluar dari organisasi dan memasuki organisasi baru maka proses asimilasi itu akan terulang kembali.

## **H. Rangkuman**

Komunikasi organisasi adalah proses interaksi yang dinamis diantara unit-unit organisasi baik secara formal maupun informal berkenaan dengan pengaturan hak, kewajiban, tugas, wewenang, peran, fungsi dan distribusi kekuasaan dari unit-unit yang saling berhubungan dan bekerjasama satu sama lain dalam rangka mencapai tujuan bersama.

Sebagai salah satu bentuk komunikasi, komunikasi organisasi memiliki beberapa jenis, yaitu : komunikasi lisan dan tulisan, komunikasi verbal dan nonverbal, komunikasi ke bawah, ke atas dan ke samping, komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, komunikasi kesamping, komunikasi formal dan informal.

Komunikasi organisasi memiliki fungsi yang sangat strategis baik bagi anggotanya maupun bagi organisasi itu sendiri. Fungsi itu meliputi : fungsi informatif, fungsi regulatif, fungsi persuasif dan fungsi integratif. Adapun pendekatan yang dikembangkan dalam komunikasi organisasi diantaranya melalui pendekatan sistem, pendekatan budaya dan pendekatan kritik.

Seperti halnya komunikasi-komunikasi lainnya, komunikasi organisasi juga memiliki beberapa teori, diantaranya : teori perilaku, teori hubungan manusiawi, teori fusi, teori peniti penyambung, teori sistem dan teori asimilasi organisasi.

## **I. Latihan**

1. Apa yang Anda ketahui dari komunikasi organisasi? Uraikan dengan jelas.
2. Mengapa komunikasi diperlukan dalam organisasi? Jelaskan argumen Anda.
3. Apa yang Anda ketahui dari organisasi massa, organisasi kader, organisasi terbuka dan organisasi politik? Jelaskan berikut contohnya.
4. Jelaskan fungsi komunikasi dalam organisasi sebagai regulatif? Dukung pernyataan Anda dengan contoh yang konkrit.
5. Bagaimana suatu budaya mempengaruhi perilaku anggota suatu organisasi? Jelaskan argumen Anda dengan logis.
6. Apakah suatu budaya organisasi bisa berubah/diubah? Jika bisa, bagaimana caranya? Jelaskan alasan Anda dengan jelas dan logis.
7. Menurut Anda, model komunikasi seperti apa yang dapat meningkatkan kekompakan dan soliditas anggota-anggotanya? Uraikan dengan jelas.
8. Sebutkan salah satu teori komunikasi organisasi yang Anda ketahui. Bagaimana komentar Anda terhadap teori tersebut? Uraikan dengan jelas dan lugas.
9. Berikan suatu contoh/kasus tentang teori asimilasi organisasi? Berikut dengan tahapan-tahapannya.
10. Menurut Anda, apa indikator-indikator untuk menunjukkan bahwa suatu organisasi dikatakan sehat? Jelaskan secara rinci.

## **BAB XI**

### **TEORI KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA**

#### **A. Standar Kompetensi**

1. Mahasiswa dapat memahami makna dan fungsi dari komunikasi antar budaya.
2. Mahasiswa dapat memahami model dan cara kerja teori-teori komunikasi antar budaya.
3. Mahasiswa dapat memiliki ketrampilan berkomunikasi dengan orang yang berbeda budaya.

#### **B. Pengertian Komunikasi Antar Budaya**

Manusia adalah makhluk berbudaya. Budaya yang diciptakan dan dihasilkan oleh manusia memiliki tingkat keragaman seperti halnya keragaman manusia itu sendiri sebagai pencipta budaya. Dalam konteks kehidupan manusia, suatu budaya baik langsung maupun tidak langsung ikut berpengaruh dan menentukan tujuan hidup manusia. Dalam proses interaksi antar manusia, perbedaan-perbedaan ekspektasi budaya dapat menimbulkan resiko yang fatal, setidaknya akan menimbulkan komunikasi yang tidak lancar, timbul perasaan tidak nyaman atau timbul kesalahpahaman. Akibat dari kesalahpahaman-kesalahpahaman itu banyak kita temui dalam berbagai kejadian yang mengandung etnosentrisme dewasa ini dalam wujud konflik-konflik yang berujung pada kerusuhan atau pertentangan antar etnis.

Oleh karena itu, upaya untuk meminimalisir kesalahpahaman-kesalahpahaman akibat perbedaan budaya adalah dengan mengerti atau paling tidak mengetahui bahasa dan perilaku budaya orang lain. Dalam kaitan ini, komunikasi lintas/antar budaya menjadi penting dan strategis dalam mengidentifikasi kesulitan-kesulitan yang muncul dalam proses komunikasi<sup>‡</sup> yang disebabkan oleh perbedaan budaya.<sup>‡</sup>

Kebutuhan untuk mempelajari komunikasi lintas budaya ini semakin terasakan karena semakin terbukanya pergaulan kita dengan

orang-orang dari berbagai budaya yang berbeda, disamping kondisi bangsa Indonesia yang sangat majemuk dengan berbagai ras, suku bangsa, agama, latar belakang daerah (desa/kota), latar belakang pendidikan, dan sebagainya. Menurut Liliweri (2002), ada beberapa alasan mengapa perlunya komunikasi antar budaya, antara lain: a) membuka diri memperluas pergaulan; b) meningkatkan kesadaran diri; c) etika/etis; d) mendorong perdamaian dan meredam konflik; e) demografis; f) ekonomi; g) menghadapi teknologi komunikasi; dan h) menghadapi era globalisasi.

Charley H. Dood (dalam Asante, 1989), mengartikan bahwa komunikasi antar budaya meliputi komunikasi yang melibatkan peserta komunikasi yang mewakili pribadi, antarpribadi, dan kelompok, dengan tekanan pada perbedaan latar belakang kebudayaan yang mempengaruhi perilaku komunikasi para peserta.

Sementara itu Guo-Ming Chen dan Willian J. Starosta (dalam Liliweri, 2002) mengatakan bahwa komunikasi antar budaya adalah proses negosiasi atau pertukaran simbolik yang membimbing perilaku manusia dan membatasi mereka dalam menjalankan fungsinya sebagai kelompok.

Definisi lain diberikan oleh Liliweri (2002) bahwa proses komunikasi antar budaya merupakan interaksi antarpribadi dan komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh beberapa orang yang memiliki latar belakang kebudayaan yang berbeda

Samovar dan Porter (Littlejohn dan Foss, 2005) juga mengatakan bahwa komunikasi antar budaya terjadi diantara produser pesan dan penerima pesan yang latar belakang kebudayaannya berbeda.

Andrea L. Rich dan Dennis M. Ogawa (dalam Samovar dan Porter, 1976), mendefinisikan komunikasi antar budaya adalah komunikasi antara orang-orang yang berbeda kebudayaan, misalnya antar suku bangsa, antar etnik dan ras, antar kelas sosial.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi antar budaya adalah proses komunikasi yang melibatkan



dua orang atau lebih yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda.

### **C. Tujuan dan Fungsi Komunikasi Antar Budaya**

Adapun tujuan Komunikasi Antar Budaya adalah :

1. Memahami perbedaan budaya yang mempengaruhi praktik komunikasi.
2. Menciptakan harmoni dengan komunikasi yang sehat dengan orang-orang yang berbeda budaya.
3. Mengidentifikasi kesulitan – kesulitan yang muncul dalam komunikasi.
4. Membantu mengatasi masalah komunikasi yang disebabkan oleh perbedaan budaya.
5. Meningkatkan ketrampilan verbal dan non verbal dalam komunikasi secara efektif dengan orang yang berbeda budaya.

Sedangkan fungsi Komunikasi Antar Budaya dibagi menjadi 2, yaitu : fungsi pribadi dan fungsi sosial.

1. Fungsi Pribadi, meliputi :

- Identitas Sosial.
- Integrasi Sosial.
- Menambah Pengetahuan.
- Melepaskan Diri atau Jalan Keluar.

2. Fungsi Sosial, meliputi :

- Pengawasan.
- Menjembatani.
- Sosialisasi Nilai.
- Menghibur.

## **D. Karakteristik Komunikasi Antar Budaya**

Menurut Gudykunst (1983), dalam proses komunikasi antar budaya memiliki beberapa karakteristik, yaitu :

### **1. Komunikasi dan bahasa**

Sistem komunikasi, verbal dan non- verbal, satu unsur yang membedakan satu kelompok dengan kelompok lainnya. Ada sekitar 15 bahasa utama atau lebih dan tiap –tiapnya terdapat dialek, logat, jargon dan ragam lainnya. Belum lagi gerak gerak bahasa tubuh yang mungkin universal namun beda makna secara lokal atau kultural.

### **2. Pakaian dan penampilan**

Meliputi pakaian, perhiasan dan dandanan. Pakaian ini akan menjadi ciri yang menandakan seseorang berasal dari daerah mana. Atau ciri lukisan pada muka dan badan orang Papua atau orang Indian yang ada saat akan berperang menandakan keberanian.

### **3. Makanan dan kebiasaan makan**

Ciri ini menyangkut hal dalam pemilihan, penyajian, dan cara makan. Dilarangnya seorang muslim untuk mengkonsumsi daging babi, tidak berlaku bagi mereka orang Cina. Orang Sunda terkesan senang makan tanpa alat sendok (tangan saja) akan terlihat kurang sopan bagi mereka orang – orang barat.

### **4. Waktu dan kesadaran akan waktu**

Hal ini menyangkut pandangan orang akan waktu. Sebagian orang tepat waktu dan sebagian lain berpandangan merelatifkan waktu. Ada orang yang tidak mempedulikan jam atau menit tapi hanya menandai waktunya dengan saat matahari terbit atau saat matahari terbenam saja

## 5. Penghargaan dan Pengakuan

Suatu cara untuk mengamati suatu budaya adalah dengan memperhatikan cara dan metode memberikan pujian bagi perbuatan-perbuatan baik dan berani, lama pengabdian atau bentuk-bentuk lain penyelesaian tugas.

## 6. Hubungan-Hubungan

Budaya juga mengatur hubungan-hubungan manusia dan hubungan-hubungan organisasi berdasarkan usia, jenis kelamin, status, kekeluargaan, kekayaan, kekuasaan, dan kebijaksanaan.

## 7. Nilai dan Norma

Berdasarkan sistem nilai yang dianutnya, suatu budaya menentukan norma-norma perilaku bagi masyarakat yang bersangkutan. Aturan ini bisa berkenaan dengan berbagai hal, mulai dari etika kerja atau kesenangan hingga kepatuhan mutlak atau kebolehan bagi anak-anak; dari penyerahan istri secara kaku kepada suaminya hingga kebebasan wanita secara total.

## 8. Rasa Diri dan Ruang

Kenyamanan yang dimiliki seseorang atas dirinya bisa diekspresikan secara berbeda oleh masing-masing budaya. Beberapa budaya sangat terstruktur dan formal, sementara budaya lainnya lebih lentur dan informal. Beberapa budaya sangat tertutup dan menentukan tempat seseorang secara persis, sementara budaya- budaya lain lebih terbuka dan berubah.

## 9. Proses mental dan belajar

Beberapa budaya menekankan aspek perkembangan otak ketimbang aspek lainnya sehingga orang dapat mengamati perbedaan-perbedaan yang mencolok dalam cara orang-orang berpikir dan belajar.

## 10. Kepercayaan dan sikap

Semua budaya tampaknya mempunyai perhatian terhadap hal-hal supernatural yang jelas dalam agama-agama dan praktik keagamaan atau kepercayaan mereka.

Untuk membantu memahami perbedaan budaya perlu untuk memperhatikan hal-hal berikut :

### a. Subkultur atau mikrokultur

Dalam masyarakat besar terdapat suatu budaya besar yang dominan yang sama, dan terdapat di dalamnya sub-kelompok yang punya ciri yang berbeda dengan sub lainnya. Hal ini diklasifikasikan berdasarkan usia, kelas sosial, jenis kelamin, ras atau entitas pembeda lainnya.

### b. Unsur universal dan keanekaragaman

Unsur universal ini bersifat umum yang mengedepankan persamaan diantaranya. Misal saja usia. Keanekaragaman memperlihatkan sifat yang lebih khusus karena mengedepankan nilai perbedaannya. Misal, jenis kelamin.

### c. Perilaku rasional, irrasional, nonrasional

Perilaku rasional adalah apa yang dianggap orang masuk akal untuk mencapai tujuan-tujuannya. Perilaku irrasional menyimpang dari norma masyarakat dan bersumber dari frustrasi dalam memuaskan kebutuhannya, tanpa logika dan mengedepankan respon emosional. Perilaku nonrasional tidak berdasarkan logika, tidak juga bertentangan dengan ekspektasi yang masuk akal (dipengaruhi budaya atau subkultural orang lain). Kita tidak sadar mengapa melakukan, mempercayai dan berprasangka menurut pandangan orang di luar budaya sendiri.

#### d. Tradisi

Suatu hal yang dapat diekspresikan dalam kebiasaan tak tertulis, pantangan dan sanksi-sanksi. Hal ini yang mempengaruhi akan perilaku dan prosedur suatu budaya.

#### e. Keunikan budaya

Menghargai keunikan dari suatu budaya lain yang asing adalah suatu hal penting. Tetap berkomunikasi dan menghormati budaya yang beda ini tidak membuat kita dituduh etnoenstrik. Maka untuk memahami perbedaan – perbedaan budaya secara lebih efektif, langkah pertama yang harus ditempuh adalah meningkatkan kesadaran budaya seseorang secara umum. Setiap orang harus memahami konsep budaya dan ciri-cirinya sebelum ia memperoleh manfaat yang sebaik-baiknya dari studi tentang aspek-aspek khusus budaya asing

### **E. Hambatan-Hambatan dalam Proses Komunikasi Antar Budaya**

Hambatan komunikasi (*communication barrier*) dalam komunikasi antar budaya (*intercultural communication*) mempunyai bentuk seperti sebuah gunung es yang terbenam di dalam air. Dimana hambatan komunikasi yang ada terbagi dua menjadi yang diatas air (*above waterline*) dan dibawah air (*below waterline*). Faktor-faktor hambatan komunikasi antar budaya yang berada dibawah air (*below waterline*) adalah faktor-faktor yang membentuk perilaku atau sikap seseorang, hambatan semacam ini cukup sulit untuk dilihat atau diperhatikan. Jenis-jenis hambatan semacam ini adalah persepsi (*perceptions*), norma (*norms*), stereotip (*stereotypes*), filosofi bisnis (*business philosophy*), aturan (*rules*), jaringan (*networks*), nilai (*values*), dan grup cabang (*subcultures group*), (Gudykunst, 1983).

Menurut Gudykunst (1983) terdapat 9 (sembilan) jenis hambatan komunikasi antar budaya yang berada diatas air (*above waterline*). Hambatan komunikasi semacam ini lebih mudah untuk

dilihat karena hambatan-hambatan ini banyak yang berbentuk fisik, yaitu :

1. Fisik (*Physical*). Hambatan komunikasi semacam ini berasal dari hambatan waktu, lingkungan, kebutuhan diri, dan juga media fisik.
2. Budaya (*Cultural*). Hambatan ini berasal dari etnik yang berbeda, agama, dan juga perbedaan sosial yang ada antara budaya yang satu dengan yang lainnya.
3. Persepsi (*Perceptual*). Jenis hambatan ini muncul dikarenakan setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda mengenai suatu hal, sehingga untuk mengartikan sesuatu setiap budaya akan mempunyai pemikiran yang berbeda-beda.
4. Motivasi (*Motivational*). Hambatan semacam ini berkaitan dengan tingkat motivasi dari pendengar, maksudnya adalah apakah pendengar yang menerima pesan ingin menerima pesan tersebut atau apakah pendengar tersebut sedang malas dan tidak punya motivasi sehingga dapat menjadi hambatan komunikasi.
5. Pengalaman (*Experiential*). Experiential adalah jenis hambatan yang terjadi karena setiap individu tidak memiliki pengalaman hidup yang sama sehingga setiap individu mempunyai persepsi dan juga konsep yang berbeda-beda dalam melihat sesuatu.
6. Emosi (*Emotional*). Hal ini berkaitan dengan emosi atau perasaan pribadi dari pendengar. Apabila emosi pendengar sedang buruk maka hambatan komunikasi yang terjadi akan semakin besar dan sulit untuk dilalui.
7. Bahasa (*Linguistic*). Hambatan komunikasi yang berikut ini terjadi apabila pengirim pesan (*sender*) dan penerima pesan (*receiver*) menggunakan bahasa yang berbeda atau penggunaan kata-kata yang tidak dimengerti oleh penerima pesan.
8. Nonverbal. Hambatan nonverbal adalah hambatan komunikasi yang tidak berbentuk kata-kata tetapi dapat menjadi hambatan komunikasi. Contohnya adalah wajah marah yang dibuat oleh penerima pesan

(*receiver*) ketika pengirim pesan (*sender*) melakukan komunikasi. Wajah marah yang dibuat tersebut dapat menjadi penghambat komunikasi karena mungkin saja pengirim pesan akan merasa tidak maksimal atau takut untuk mengirimkan pesan kepada penerima pesan.

9. Kompetisi (*Competition*). Hambatan semacam ini muncul apabila penerima pesan sedang melakukan kegiatan lain sambil mendengarkan. Contohnya adalah menerima telepon selular sambil menyetir, karena melakukan 2 (dua) kegiatan sekaligus maka penerima pesan tidak akan mendengarkan pesan yang disampaikan melalui telepon selularnya secara maksimal.

## **F. Teori-Teori Komunikasi Antar Budaya**

Berikut ini beberapa teori-teori yang melandasi komunikasi antar budaya yang dikembangkan oleh para ahli.

### **1. *Anxiety Uncertainty Management Theory***

Teori ini dikembangkan oleh William B Gudykunts (1983). Asumsi dasarnya adalah bahwa kecemasan dan ketidakpastian adalah dasar penyebab dari kegagalan komunikasi pada situasi antar kelompok. Ia menggunakan istilah komunikasi efektif kepada proses-proses meminimalisir ketidakmengertian. Penulis lain menggunakan istilah *accuracy, fidelity, understanding* untuk hal yang sama. Gudykunt menyakini bahwa kecemasan dan ketidakpastian adalah dasar penyebab dari kegagalan komunikasi pada situasi antar kelompok. Terdapat dua penyebab dari mis-interpretasi yang berhubungan erat, kemudian melihat itu sebagai perbedaan pada ketidakpastian yang bersifat kognitif dan kecemasan yang bersifat afeksi- suatu emosi.

Konsep-konsep dasar *Anxiety/Uncertainty Management Theory*:

1. Konsep diri dan diri. Meningkatnya harga diri ketika berinteraksi dengan orang asing akan menghasilkan peningkatan kemampuan mengelola kecemasan.

2. Motivasi untuk berinteraksi dengan orang asing. Meningkatnya kebutuhan diri untuk masuk di dalam kelompok ketika kita berinteraksi dengan orang asing akan menghasilkan sebuah peningkatan kecemasan.
3. Reaksi terhadap orang asing. Sebuah peningkatan dalam kemampuan kita untuk memproses informasi yang kompleks tentang orang asing akan menghasilkan sebuah peningkatan kemampuan kita untuk memprediksi secara tepat perilaku mereka. Sebuah peningkatan untuk mentoleransi ketika kita berinteraksi dengan orang asing menghasilkan sebuah peningkatan mengelola kecemasan kita dan menghasilkan sebuah peningkatan kemampuan memprediksi secara akurat perilaku orang asing. Sebuah peningkatan berempati dengan orang asing akan menghasilkan suatu peningkatan kemampuan memprediksi perilaku orang asing secara akurat.
4. Kategori sosial dari orang asing. Sebuah peningkatan kesamaan personal yang kita persepsi antara diri kita dan orang asing akan menghasilkan peningkatan kemampuan mengelola kecemasan kita dan kemampuan memprediksi perilaku mereka secara akurat. Pembatas kondisi: pemahaman perbedaan-perbedaan kelompok kritis hanya ketika orang-orang asing mengidentifikasi secara kuat dengan kelompok. Sebuah peningkatan kesadaran terhadap pelanggaran orang asing dari harapan positif kita dan atau harapan negatif akan menghasilkan peningkatan kecemasan kita dan akan menghasilkan penurunan di dalam rasa percaya diri dalam memprediksi perilaku mereka.
5. Proses situasional. Sebuah peningkatan di dalam situasi informal di mana kita sedang berkomunikasi dengan orang asing akan menghasilkan sebuah penurunan kecemasan kita dan sebuah peningkatan rasa percaya diri kita terhadap perilaku mereka.
6. Koneksi dengan orang asing. Sebuah peningkatan di dalam rasa ketertarikan kita pada orang asing akan menghasilkan penurunan kecemasan kita dan peningkatan rasa percaya diri dalam memperkirakan perilaku mereka. Sebuah peningkatan dalam jaringan kerja yang kita bagi dengan orang asing akan menghasilkan penurunan kecemasan kita dan menghasilkan peningkatan rasa percaya diri kita untuk memprediksi perilaku orang lain.



## 2. *Face Negotiation Theory*

Teori yang dipublikasikan Stella Ting-Toomey (dalam Gudykunst, 1983), ini membantu menjelaskan perbedaan-perbedaan budaya dalam merespon konflik. Ting-Toomey berasumsi bahwa orang-orang dalam setiap budaya akan selalu *negotiating face*. Istilah itu adalah *metaphor* citra diri publik kita, cara kita menginginkan orang lain melihat dan memperlakukan diri kita. *Face work* merujuk pada pesan verbal dan non verbal yang membantu menjaga dan menyimpan rasa malu (*face loss*), dan menegakkan muka terhormat. Identitas kita dapat selalu dipertanyakan, dan kecemasan dan ketidakpastian yang digerakkan oleh konflik yang membuat kita tidak berdaya/harus terima. Postulat teori ini adalah *face work* orang-orang dari budaya individu akan berbeda dengan budaya kolektivis. Ketika *face work* adalah berbeda, gaya penanganan konflik juga beragam.

Terdapat tiga perbedaan penting diantara budaya individualis dan budaya kolektivis. Perbedaan-perbedaan itu adalah dalam cara mendefinisikan: diri; tujuan-tujuan; dan kewajiban.

<b>konsep</b>	<b>Budaya individualis</b>	<b>Budaya kolektivis</b>
Diri	Sebagai dirinya sendiri	Sebagai bagian kelompok
Tujuan	Tujuan diperuntukan kepada pencapaian kebutuhan diri.	Tujuan diperuntukan kepada pencapaian kebutuhan kelompok
Kewajiban	Melayani diri sendiri	Melayani kelompok/orang lain.

Teori face negotiation juga menawarkan beberapa model pengelolaan konflik sebagai berikut:

1. *Avoiding* (penghindaran) – saya akan menghindari diskusi perbedaan-perbedaan saya dengan anggota kelompok.
2. *Obliging* (keharusan) – saya akan menyerahkan pada ke kebijakan anggota kelompok.
3. *Compromising* – saya akan menggunakan memberi dan menerima sedemikian sehingga suatu kompromi bisa dibuat.
4. *Dominating* – saya akan memastikan penanganan isu sesuai kehendak-ku.

5. *Integrating* – saya akan menukar informasi akurat dengan anggota kelompok untuk memecahkan masalah bersama-sama.

### 3. *Speech Codes Theory*

Teori ini dikembangkan oleh Gerry Philipsen (dalam Gudykunst, 1983). Teori ini meneliti tentang kemampuan orang asing dalam menyesuaikan suasana melalui gaya bahasa ketika bersama atau di lingkungan orang asing. Teori yang dipublikasikan Gerry Philipsen ini berusaha menjawab tentang keberadaan *speech code* dalam suatu budaya, bagaimana substansi dan kekuatannya dalam sebuah budaya. Ia menyampaikan proposisi-proposisi sebagai berikut:

1. Dimanapun ada sebuah budaya, disitu diketemukan *speech code* yang khas.
2. Sebuah *speech code* mencakup retorikal, psikologi, dan sosiologi budaya.
3. Pembicaraan yang signifikan bergantung *speech code* yang digunakan pembicara dan pendengar untuk memkreasi dan menginterpretasi komunikasi mereka.
4. Istilah, aturan, dan premis terkait ke dalam pembicaraan itu sendiri.
5. Kegunaan suatu *speech code* bersama adalah menciptakan kondisi memadai untuk memprediksi, menjelaskan, dan mengontrol formula wacana tentang intelijenitas, prudens (bijaksana, hati-hati) dan moralitas dari perilaku komunikasi.

Terdapat tiga substansi *speech codes*, yakni menyangkut psikologi, sosiologi dan rhetoric.

1. Psikologi. Dalam konteks psikologi, setiap tanda dari cara berbicara secara tematis adalah keaslian dari individu-individu yang diungkapkan dengan cara berbeda.
2. Sosiologi. Dalam konteks sosiologi, cara berbicara mencakup jawaban tentang hubungan antara diri sendiri dan orang lain yang dianggap pantas dan sumber apa yang pantas dan efektif digunakan dalam relasi tersebut.
3. Rethoric. Philipsen mendefinisikan rhetoric sebagai *double sense* yakni pengetahuan tentang kebenaran dan persuasi.

#### **4. Teori Analisis Kebudayaan Implisit**

Teori ini hasil penelitian yang dikembangkan oleh Fraake (1968) dan Halliday (1978). Kebudayaan Implisit, di sini diartikan sebagai kebudayaan imaterial, yaitu kebudayaan yang bentuknya tidak nampak sebagai suatu “benda” namun dia “tersirat” dalam nilai dan norma budaya suatu masyarakat, misalnya bahasa. Setiap manusia telah menjadikan bahasa sebagai kebudayaan implisit tersebut untuk mengungkapkan skema kognitif-nya. Yang dimaksud dengan skema kognitif di sini adalah skema pikiran, gagasan, pandangan dan pengalaman manusia tentang dunia.

Manusia memakai bahasa untuk berkomunikasi guna mempertahankan hubungan antarpribadi maupun hubungan antarpribadi dengan suatu institusi dalam masyarakat. Dalam bahasa itu simbol-simbol verbal dengan suatu aturan tertentu diorganisasikan menjadi “kode-kode sosio-linguistik”. Kode-kode sosio-linguistik inilah yang nantinya akan menjadi karakteristik utama suatu masyarakat dengan budaya lisan. Ini artinya, kode linguistik menjadi bagian dari kebudayaan, sehingga logislah jika kode-kode itu juga dipengaruhi oleh kebudayaan yang pada akhirnya menjelma menjadi bahasa verbal.

Para ahli sosio-linguistiklah yang pada mulanya tertarik untuk menelaah komunikasi antarbudaya dengan pendekatan bahasa. Fraake (1968) misalnya, pernah meneliti tentang hubungan antara kebudayaan dengan cara anggota kebudayaan itu membentuk kata-kata. Dia menyimpulkan, bahwa setiap kata pasti mewakili konsep tertentu dan konsep itu merupakan skema kognitif individu. Dia juga menerangkan bahwa struktur skema kognitif individu, yang tercermin dalam komunikasi lewat bahasa, berasal dari dan dipengaruhi oleh latar belakang kebudayaan tertentu, dalam hal ini kebudayaan implisit-nya.

Sementara itu Halliday (1978), berpendapat bahwa bahasa merupakan satu alat yang terbaik untuk mengkonseptualisasikan semua ikhwal tentang dunia secara objektif. Halliday melakukan penelitian tentang fungsi bahasa yang kemudian sampai pada kesimpulan bahwa fungsi utama bahasa berkaitan dengan pilihan strategi tindakan manusia. Menurutnya ada beberapa fungsi utama

bahasa yang dapat dipakai sebagai pedoman di dalam tindakan manusia, di antaranya adalah fungsi : pribadi, kontrol, referensial, imajinatif, dan manajemen identitas.

- Fungsi *pribadi* di sini nampak dalam tindakan mengelaborasi perasaan subjektif, motif, kebutuhan, perspektif negosiasi, atau perundingan.
- Fungsi *kontrol* dapat terekspresi dalam mempengaruhi cara orang berfikir dan bertindak.
- Fungsi *referensial* menggambarkan objek dan relasi objektif antara manusia dengan dunia luar.
- Fungsi *imajinatif* terlihat dari kemampuan suatu bahasa dalam menciptakan cara-cara baru melihat dunia luar.
- Fungsi *manajemen identitas* terlihat dari kemampuan bahasa untuk menciptakan identitas individu.

Hasil penelitian lain tentang bahasa dalam kasus-kasus komunikasi lintas budaya menunjukkan bahwa pemerayaan bahasa mampu memperluas pemahaman terhadap struktur objek kebudayaan, tipe-tipe strategi tindakan manusia dalam konteks komunikasi antarbudaya.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat di garis bawahi bahwa pendekatan kebudayaan implisit memuat beberapa asumsi dasar yaitu :

1. Bahwa kebudayaan mempengaruhi skema kognitif;
2. Kebudayaan mempengaruhi organisasi tujuan dan strategi tindakan;
3. Kebudayaan mempengaruhi pengorganisasian skema interaksi; dan
4. Kebudayaan mempengaruhi proses komunikasi.

### **5. Teori Analisis Kaidah Peran**

Selain terdapat berbagai versi aplikasi teori kaidah peran, dalam berbagai literatur komunikasi yang membahas tentang kaidah peranpun telah mendefinisikan konsep kaidah peran ini secara beragam. Namun secara umum, konsep kaidah peran ini menurut Rom Harre (Pierce, 1976) dapat digambarkan sebagai berikut :

bahwa setiap peran manusia mempunyai “kaidah peran” tertentu sehingga satu peran akan diikuti oleh peran lain, satu perilaku akan diikuti oleh perilaku lain. Misalnya, jika terjadi X maka orang biasanya akan melakukan Y, oleh karena itu orang akan mempunyai peluang melakukan Y. Akibatnya kita dapat meramalkan bentuk-bentuk perilaku individu.

Berikut ini beberapa contoh penelitian yang mendasarkan pada teori kaidah peran dan dipakai dalam konteks komunikasi antarbudaya:

Penelitian Ekman dan Friesen terhadap beberapa kelompok budaya menunjukkan bahwa peranan ekspresi wajah menggambarkan emosi yang selalu berubah secara teratur. Perubahan-perubahan itu memberikan informasi tentang tingkat emosi manusia. Morris dkk, dalam Pierce (1976), yang meneliti makna mimik komunikasi lintas budaya juga mendapati bahwa setiap perilaku gerakan tubuh mengikuti pola yang teratur. Dia juga menemukan ada perbedaan makna gerakan tubuh antarbudaya. Kesimpulan Morris, perilaku non-verbal antarbudaya mempunyai regularitas tertentu di mana satu perilaku diikuti oleh perilaku yang lain.

Penelitian lain tentang kaidah peran dilakukan oleh Cushman dan Pearce (dalam Pierce 1976), menunjukkan bahwa kaidah peran ternyata juga membentuk perilaku. Mereka menyimpulkan bahwa pelaku (kaidah peran) sadar bahwa yang ia lakukan pasti mempunyai dampak tertentu. Jadi misalkan, Si A menginginkan Y. Si A tahu bahwa dia harus melakukan X kalau mau dapat Y. Karena itu si A menyiapkan tindakan tertentu untuk mendapatkan Y.

## **6. Teori Analisis Interaksi Antarbudaya**

Di bawah payung teori analisis interaksi antarbudaya terdapat beberapa pendekatan teori yang sering digunakan:

1. Pendekatan jaringan metateoritik;
2. Teori pertukaran;
3. Teori pengurangan tingkat ketidakpuasan;
4. Pendekatan psikologi humanistik

5. Pendekatan etnografi dan deskripsi kaidah peran;
6. Pendekatan adaptif;
7. *Coordinated Management of Meaning/CMM Approach*.

### **(1) Pendekatan jaringan metateoritikal**

Teori ini memfokuskan pada tema hubungan antarpribadi dengan tekanan utama pertentangan atau ketegangan mental akibat individu yang mempertahankan “prinsip otonomi pribadi” dengan “ketergantungan antarpribadi”. Pada mulanya teori ini memang berawal dari kajian para ahli psikologi. Bohner (1967) misalnya, pernah meneliti tentang persaingan individu dalam sebuah organisasi. Ia menemukan, bahwa ketegangan individu dapat dijelaskan dengan melihat sifat hubungan antarpribadi para karyawan. Bila hubungan antarpribadi “tertutup”, maka tiap karyawan akan merasa tegang. Sebaliknya, semakin “terbuka”, maka ketegangan mereka akan berkurang.

Ernest Becker (1971) meneliti tentang hubungan antara otonomi pribadi dengan ketergantungan pada sesama. Becker menemukan semacam paradoks otonomi individu. Proses ini bermula sejak anak-anak yang dalam pendidikan dalam keluarganya senantiasa diliputi oleh larangan ini dan itu. Pada mulanya, si anak akan melanggar kontrol orang tuanya, namun kemudian anak tersebut sampai pada titik di mana dia selalu ragu-ragu dalam bertindak. Akhirnya, setiap kali akan melakukan sesuatu anak tersebut berada pada dilema antara mempertahankan otonomi individu atau bergantung pada orang tuanya. Dialektika seperti ini akan terbawa sampai dewasa dan menentukan daya kontrol terhadap relasi antarpribadi.

Bagaimana teori ini ketika diterapkan dalam komunikasi antarbudaya? Lewat konstruksi teori yang kita pahami di atas maka kita bisa menganalisis tindakan komunikasi dengan memperhatikan pada tingkat mana individu memiliki otonomi dan pada tingkat mana individu masih bergantung pada orang lain. Artinya dua faktor di atas menjadi variabel-variabel yang juga mempengaruhi komunikasi antarbudaya.

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan dengan pendekatan di atas menemukan bahwa dalam kebudayaan Barat, yang mempunyai struktur kaidah relasi antarpribadi yang ketat sangat mempengaruhi derajat relasi, yakni relasi yang sangat terbatas dan tertutup. Hal itu nampak dalam frekuensi komunikasi dan tingkat pertukaran informasi antarpribadi. Data-data dari berbagai hubungan antarbudaya menunjukkan bahwa orang Amerika berkulit hitam lebih membutuhkan informasi tentang kelanjutan hubungan daripada orang Amerika kulit putih. Kesimpulan dari pendekatan metateoretikal ini adalah bahwa nilai-nilai kebudayaan suatu masyarakat sangat menentukan otonomi individu, ketergantungan individu dengan orang lain dalam rangka menciptakan derajat hubungan antarpribadi.

## ***(2) Teori Pertukaran***

Teori pertukaran atau *exchange theory*, pada mulanya dikembangkan oleh para peneliti sosiologi. Thibaut dan Kelly-lah (dalam Liliweri, 2001) yang mengembangkan teori ini. Inti teori ini mengatakan bahwa hubungan antarpribadi bisa diteruskan dan dihentikan. Hal ini dikarenakan dalam perkembangan hubungan antarpribadi, setiap orang mempunyai pengalaman tertentu sehingga dia dapat membandingkan faktor-faktor motivasi dan sasaran hubungan antarpribadi yang dilakukan di antara beberapa orang. Makin besar keuntungan yang diperoleh dari hubungan antarpribadi, makin besar peluang hubungan tersebut diteruskan. Begitu juga sebaliknya.

Wood (2004) mengidentifikasi 12 karakteristik pendekatan pertukaran tersebut:

### ***1) Prinsip Individual***

Komunikasi memasuki tahap awal. Antara individu yang memprakarsai hubungan antarpribadi berharap kualitas hubungan meningkat. Apabila memburuk maka hubungan antarpribadi dihentikan

## **2) *Komunikasi coba-coba***

Tiap individu melakukan uji coba dalam hubungan antarpribadi dengan cara mencari informasi di antara masing-masing pihak. Apakah hubungan akan berlanjut bergantung pada informasi yang diperoleh, apakah informasi itu dapat meningkatkan loyalitas hubungan atau justru menambah keragu-raguan.

## **3) *Komunikasi eksplorasi***

Hampir sama dengan komunikasi coba-coba hanya saja sifatnya lebih mendalam. Informasi dari berbagai sumber digali makin dalam. Individu yang terlibat di sini akan meneliti ulang tiap informasi yang didapatkan dan tidak begitu mudah mengambil keputusan.

## **4) *Komunikasi ephoria***

Di sini, masing-masing individu sudah meleburkan kepentingan yang berbeda dan membentuk suatu hubungan baru atas dasar yang sama. Fungsi komunikasi tahap ini: (1) mengubah individu dari suatu peran sosial ke peran sosial yang baru dan menjadikan peran baru itu sebagai dasar hubungan yang baru; (2) membiarkan dasar hubungan yang sudah disepakati berlangsung terus; (3) memberikan informasi tentang pribadi kepada partisipan komunikasi; (4) membiarkan *empathy* dengan mengambil peran komunikasi,

## **5) *Komunikasi yang memperbaiki***

Pada tahap ini komunikasi berfungsi memperbaiki dan mengevaluasi kembali hubungan antarpribadi, keputusan yang diambil biasanya adalah terus melanjutkan hubungan antarpribadi.

## **6) *Komunikasi pertalian***

Dua pihak menetapkan bersama waktu dan tempat kesinambungan komunikasi.



### **7) *Komunikasi sebagai pengemudi***

Tahap ini ditandai dengan tahap keluwesan kontrol atas kebiasaan-kebiasaan hubungan antarpribadi. Daya kontrol telah tercipta sedemikian rupa sehingga menghasilkan kaidah peran bersama.

### **8) *Komunikasi yang membedakan***

Ini adalah tahap di mana individu justru kembali berusaha menekan karakteristik individu. Individu kembali menegaskan perbedaan-perbedaan pola kebudayaan dan kemudian meneruskan relasi dengan cara lain.

### **9) *Komunikasi yang disintegratif.***

Komunikasi mulai menemukan titik-titik perbedaan antar pribadi sehingga berpotensi munculnya disintegrasi. Dua pihak mulai mengingkari budaya masing-masing, kaidah-kaidah relasi mulai di rusak sehingga derajat hubungan diperenggang. Komunikasi antarpribadi hanya berlangsung kalau menyangkut tema-tema tertentu, jarak sosial antarpribadi semakin besar.

### **10) *Komunikasi yang macet.***

Komunikasi masuk pada tahap di mana masing-masing pihak mencari peluang dengan menciptakan masalah dan waktu/kesempatan yang cocok agar hubungan antarpribadi dihentikan. Relasi antarpribadi hanya akan berlangsung pada konteks-konteks yang benar-benar pribadi.

### **11) *Pengakhiran Komunikasi***

Hubungan antar pribadi memasuki tahap perundingan tentang perhentian interaksi antarpribadi.

## 12) *Individualis*

Komunikasi memasuki tahap akhir, di mana suasana hubungan antarpribadi tidak pasti, masing-masing pihak menyendiri dan tidak tahu dari mana komunikasi harus dimulai.

### **(3) Teori Pengurangan Tingkat Ketidakpuasan**

Teori ini dikembangkan oleh Berger (1987). Dia mengemukakan bahwa salah satu fungsi komunikasi adalah fungsi mencari informasi dalam upaya mengurangi tingkat ketidakpuasan komunikator dan komunikan. Menurut Berger, setiap individu berkomunikasi antarpribadi hanya untuk mendapatkan kepastian. Kepastian membuat seorang individu merasa yakin dan percaya kepada sesama. Keinginan untuk mencari kepastian ini makin kuat ketika:

1. Perilaku pihak lain menyimpang dari kebiasaan umum;
2. Kita mengantisipasi perulangan interaksi; dan
3. Ada peluang untuk memperoleh ganjaran dan hukuman dari pihak lain.

Berger mengajukan strategi mencari informasi agar individu mengurangi tingkat ketidakpuasan tentang pihak lain: (1) Mengamati pihak lain secara pasif, (2) Menyelidiki atau menelusuri pihak lain, (3) Menanyakan informasi melalui pihak ketiga, (4) Penanganan lingkungan terhadap pihak lain; (5) Interogasi; dan (6) Membuka diri.

Teori ini telah begitu sering diterapkan ke dalam strategi komunikasi antarbudaya, misalnya untuk menyusun strategi mengurangi tingkat ketidakpastian dalam hubungan antara individu-individu yang saling beda kebudayaan atau bangsanya.

### **(4) Pendekatan Psikologi Humanistik**

Teori atau pendekatan psikologi humanistik senantiasa menekankan bahwa jika setiap pribadi dari berbagai budaya yang berbeda membuka pribadinya bagi sesama maka dia pun akan dikenal dan mengenal sesama.

Beberapa penelitian tentang “keterbukaan” pernah dilakukan, di antaranya oleh Park (dalam Gudykunst), Walter Kaufman(1980), McNamee (1980), kemudian Cissna dan Sieberg, Harris dkk.(dalam Gudykunst).Penelitian-penelitian tersebut menemukan bahwa pada umumnya setiap individu selalu berusaha membuka diri, derajat keterbukaan pribadi itu dipengaruhi oleh situasi dan kondisi, waktu dan kesempatan, siapa yang dijadikan objek relasi, jenis media yang dipilih dan lain-lain.

Sebuah teori lain yang mirip dengan ini dikemukakan oleh Johari yang kemudian dikenal dengan teori *self disclosure* atau sering disebut teori “Johari Window”.Asumsi dasar teori ini mengatakan kalau setiap individu bisa memahami diri sendiri maka dia bisa mengendalikan sikap dan tingkah lakunya di saat berhubungan dengan orang lain.

#### **(5) Pendekatan peran berdasarkan deskripsi etnis**

Teori ini dirumuskan di antaranya oleh Wallace (1961) yang mengatakan bahwa komunikasi antarpribadi ditentukan oleh pendekatan peran berdasarkan deskripsi etnografi. Teori ini masih dekat dengan teori/pendekatan metateoritik yang berbicara soal otonomi individu dan ketergantungan antarpribadi. Bila diterapkan dalam konteks komunikasi antarbudaya maka pertanyaan inti pendekatan peran berdasarkan deskripsi etnografi ini adalah, apakah setiap norma kelompok etnik memberikan peluang terbentuknya otonomi individu dan ketergantungan pribadi.

Dalam suatu masyarakat arkais, tingkat otonomi individunya kecil sehingga deskripsi etnografi masyarakat arkais senantiasa digambarkan memiliki sikap kolektif. Ketika jumlah masyarakat arkais telah berkurang atau nilai-nilai kolektivitas pada masyarakat tersebut memudar maka terjadi kecenderungan meningkatnya tingkat otonomi individu. Faktor terakhir inilah yang sangat mempengaruhi hubungan antarbudaya, karena itu kita memerlukan deskripsi etnografi yang mendalam terhadap individu.

## **(6) Pendekatan adaptasi**

Teori ini diperkenalkan oleh Ellingwoorth (dalam Gudykunst 1983), dia mengatakan bahwa setiap individu dikaruniai kemampuan untuk beradaptasi antarpribadi. Adaptasi nilai dan norma antarpribadi termasuk antarbudaya sangat ditentukan oleh dua faktor, yakni pilihan untuk mengadaptasi nilai dan norma yang fungsional atau mendukung hubungan antarpribadi atau nilai dan norma yang disfungsional atau tidak mendukung hubungan antarpribadi.

Beberapa penelitian Ellingworth berkisar pada pertukaran nilai yang diinformasikan melalui perilaku pesan verbal dan non-verbal. Pendekatan ini banyak diadopsi dalam komunikasi antarbudaya di negara-negara berkembang.

## **(7) Pendekatan Manajemen Koordinasi Makna**

Teori ini mengkhususkan diri pada “metapora pesan” dan diperkenalkan oleh Pearce dan Cronen ( dalam Gudykunst, 1983). Pendekatan ini mengajukan beberapa argumentasi sebagai berikut :

Bahwa hubungan antara pola-pola komunikasi akan dinilai berkualitas tinggi kalau hubungan itu dilakukan pada konteks hubungan antarpribadi yang dilandasi oleh konsep diri (self concept) atau konsep kebudayaan sendiri (*self culture*). Asumsinya, semua tindakan menghasilkan konteks dan konteks menghasilkan tindakan.

Terdapat lima tingkat konteks dalam pendekatan manajemen koordinasi makna :

1. *Konteks perilaku verbal dan Nonverbal*, diasumsikan bahwa pesan yang ditukar oleh mereka yang terlibat dalam komunikasi antarpribadi selalu memilih konteks yang sesuai dengan penerapan pesan verbal dan nonverbal

2. *Konteks Aktivitas Komunikasi Verbal*, konteks ini selalu dikaitkan dengan tingkat pemahaman bersama atas makna.
3. *Konteks Episode*, konteks ini selalu menggambarkan situasi yang memudahkan penampilan dan pengembangan pola-pola perilaku timbal balik yang secara teratur di terima.
4. *Konteks Relationship*, adalah konteks yang menggambarkan situasi bentuk sosial antara dua orang atau lebih.
5. *Konteks Life Scripting*, adalah konteks yang mementingkan penghayatan atas “konsep diri” dalam pelbagai tindakan relasi antarpribadi
6. *Konteks Pola-pola Budaya*, konteks yang memberi kemungkinan individu untuk mengetahui dan memilih tindakan dan makna relasi antarpribadi yang diterima oleh masyarakat secara kolektif.

## **G. Rangkuman**

Pada dasarnya, setiap proses komunikasi berpusat pada kebudayaan. Bahkan ada jawaban yang menyatakan bahwa komunikasi adalah kebudayaan dan kebudayaan adalah komunikasi. Jelas, keduanya tidak dapat dipisahkan. Komunikasi antarbudaya merupakan pertukaran pesan antara komunikator dengan komunikan yang berasal dari latar belakang budaya berbeda. Komunikator dalam komunikasi antarbudaya adalah pihak yang mengawali komunikasi, dalam artian ia memulai pengiriman pesan tertentu kepada orang lain yang disebut komunikan. Komunikan sendiri berarti pihak yang menerima pesan tertentu sekaligus menjadi sasaran komunikasi dari komunikator.

Perbedaan karakteristik antarbudaya antara lain ditentukan oleh latar belakang ras dan etnis, usia dan jenis kelamin, latar belakang sistem politik, kepercayaan, minat dan kebiasaan, status, kemampuan berbicara dan menulis, bentuk-bentuk dialek, dan sebagainya.

Dalam komunikasi antarbudaya, setiap proses komunikasinya mengandung isi dan relasi antar pribadi. Relasi antar

pribadi atau kelompok sangat mempengaruhi bagaimana nantinya pesan itu diinterpretasi. Meski terdapat isi dan makna yang sama, namun relasi menjadi pengaruh terhadap penginterpretasian pesan yang disampaikan kepada lawan bicara. Perbedaan budaya yang dimiliki oleh dua orang atau dua kelompok yang memiliki hubungan relasi tertentu, akan memberikan pengaruh bagaimana pesan tersebut diinterpretasikan oleh lawan bicara.

Adapun fungsi Komunikasi Antar Budaya dibagi menjadi 2, yaitu : fungsi pribadi dan fungsi sosial. Fungsi Pribadi, meliputi : Identitas sosial, integrasi sosial, menambah pengetahuan, dan melepaskan diri atau jalan keluar. Sedangkan Fungsi Sosial, meliputi Pengawasan, menjembatani, sosialisasi nilai, dan menghibur. Dalam prosesnya, komunikasi antar budaya seringkali mengalami sejumlah hambatan, diantara : Fisik (*Physical*), Budaya (*Cultural*), Persepsi (*Perceptual*), Motivasi (*Motivational*), Pengalaman (*Experiential*), Emosi (*Emotional*), Bahasa (*Linguistic*), Nonverbal, Kompetisi (*Competition*).

Beberapa teori komunikasi antar budaya diantaranya adalah *Anxiety Uncertainty Management Theory*, *Face Negotiation Theory*, *Speech Codes Theory*, *Teori Analisis Kebudayaan Implisit*, *Teori Analisis Kaidah Peran* dan *Teori Analisis Interaksi Antarbudaya*. Untuk teori analisis antar budaya meliputi : Pendekatan jaringan metateoritikal; Teori pertukaran; Teori pengurangan tingkat ketidakpuasan; Pendekatan psikologi humanistik Pendekatan etnografi dan deskripsi kaidah peran; Pendekatan adaptif; *Coordinated Management of Meaning/CMM Approach*.

## **H. Latihan**

1. Apa yang Anda ketahui dari komunikasi lintas/antar budaya? Mengapa komunikasi antar budaya dianggap penting? Jelaskan jawaban Anda dengan logis.
2. Budaya dan komunikasi merupakan dua hal yang saling mengisi dan mempengaruhi. Jelaskan pernyataan tersebut berikut dengan contoh-contohnya.

3. Sebutkan salah satu teori komunikasi antar budaya yang Anda ketahui. Bagaimana komentar Anda terhadap teori tersebut?
4. Apa yang Anda ketahui dari istilah “kearifan budaya lokal”? Tunjukkan contohnya.
5. Menurut Anda, bagaimana cara atau langkah untuk meminimalisir terjadinya miss-communication ketika Anda berkomunikasi dengan orang yang berbeda budaya? Uraikan secara jelas.
6. Menurut Anda, apakah maraknya konflik sosial di Indonesia lebih dikarenakan faktor perbedaan budaya dan SARA? Kemukakan argumen Anda.
7. Bagaimana upaya meredam konflik sosial dengan pendekatan komunikasi antar budaya? Jelaskan langkah-langkahnya.
8. Bahasa Indonesia merupakan bahasa pemersatu. Bagaimana penjelasannya bahwa bahasa Indonesia menjadi bahasa pemersatu di tengah heterogenitas penduduk Indonesia yang multi etnis? Jelaskan.
9. Bagaimana upaya untuk menjaga dan melestarikan bahasa dan budaya daerah sebagai identitas kesukuan tanpa meninggalkan atau menghilangkan sisi nasionalisme kita sebagai bangsa Indonesia? Jelaskan.
10. Ketika Anda memasuki suatu komunitas yang berbeda dengan latar belakang budaya Anda, bagaimana upaya Anda beradaptasi dan bersosialisasi dengan komunitas tersebut? Gunakan analisis dengan pendekatan komunikasi antar budaya.

## **BAB XII**

### **TEORI KOMUNIKASI POLITIK**

#### **A. Standar Kompetensi**

1. Mahasiswa dapat memahami seluk beluk dan dinamika komunikasi politik sebagai salah satu bagian dari fungsi sistem politik di suatu negara.
2. Mahasiswa dapat memetakan cara kerja teori dalam menganalisis berbagai fenomena politik dengan teori- teori komunikasi politik yang relevan.
3. Mahasiswa dapat memiliki ketrampilan berkomunikasi baik verbal maupun nonverbal dalam kegiatan politik sebagai seorang warga negara yang *good citizenship*.

#### **B. Pengertian Komunikasi Politik**

Komunikasi politik adalah salah satu fungsi penting dalam sistem politik. Pada setiap proses politik, komunikasi politik menempati posisi yang strategis. Bahkan, tidak berlebihan bila komunikasi politik dinyatakan sebagai “urat nadi” dalam setiap proses politik. Betapa tidak, aneka struktur politik seperti eksekutif, legislatif, yudikatif, partai politik, lembaga swadaya masyarakat, kelompok kepentingan, media dan warganegara senantiasa terlibat dalam proses interaksi pertukaran makna melalui kegiatan komunikasi politik ini. Kegiatan komunikasi politik itu sendiri bisa menyangkut agregasi kepentingan, penyampaian dan penerimaan aspirasi, negosiasi, sosialisasi, kampanye, lobby dan sebagainya.

Dalam hal definisi, para ahli memberikan pengertian tentang komunikasi politik ini secara berbeda-beda. Beberapa diantaranya adalah definisi yang dikemukakan oleh Denton dan Woodward, (dalam McNair, 2003), komunikasi politik adalah diskusi murni mengenai alokasi sumber daya publik (pendapatan, pajak atau penghasilan), otoritas pemerintah (pihak yang diberikan kekuasaan untuk merancang, membuat dan menjalankan hukum dan keputusan), serta diskusi mengenai sanksi-sanksi pemerintah (penghargaan atau hukuman dari negara).



Ada juga definisi sederhana tentang komunikasi politik ini seperti yang dikemukakan oleh Chaffee (dalam Lynda Lee Kaid dan Christina Holtz-Bacha, 2008), “*Political communication is the role of communication in the political process*” (komunikasi politik adalah peran komunikasi di dalam proses politik). Dari pengertian ini setidaknya ada 2 (dua) makna yang terkandung bahwa semua aktivitas komunikasi (baik verbal maupun non-verbal), yang berada dalam proses politik merupakan komunikasi politik. Pengertian “proses politik” dalam definisi tersebut tidak menunjukkan pada proses politik sebagaimana yang terdapat dalam konsepsi “sistem politik,” melainkan pada semua kegiatan politik.

Budiardjo (2002), mendefinisikan komunikasi politik sebagai salah satu fungsi partai politik, yakni menyalurkan aneka ragam pendapat dan aspirasi masyarakat dan mengaturnya sedemikian rupa –”penggabungan kepentingan” (*interest aggregation*) dan “perumusan kepentingan” (*interest articulation*)– untuk diperjuangkan menjadi kebijakan politik.

Plano dkk (1989), mendefinisikan komunikasi politik dengan penyebaran aksi, makna, atau pesan yang bersangkutan dengan fungsi suatu sistem politik, melibatkan unsur-unsur komunikasi seperti komunikator, pesan, dan lainnya.

Sementara itu Almond dan Powell (1976), mendefinisikan komunikasi politik sebagai fungsi politik bersama-sama fungsi artikulasi, agregasi, sosialisasi dan rekrutmen yang terdapat di dalam suatu sistem politik dan komunikasi politik merupakan prasyarat (prerequisite) bagi berfungsinya fungsi-fungsi politik yang lain.

Sedangkan Perloff (1998) mengartikan komunikasi politik sebagai proses dimana kepemimpinan nasional, media dan masyarakat saling bertukar dan memberi makna terhadap pesan-pesan yang berhubungan dengan kebijakan publik. Definisi Perloff ini setidaknya mengandung 2 (dua) unsur, yaitu : *Pertama*, komunikasi politik merupakan sebuah proses. Komunikasi politik tidak dapat terjadi secara otomatis begitu saja, di dalamnya terdapat serangkaian kegiatan yang kompleks dan dinamis. Disamping itu, proses tersebut juga mengandung adanya tarik-menarik pengaruh.

Pemerintah mempengaruhi media dengan menawarkan bahan untuk pemberitaan, sementara media mendesak para politisi melalui serangkaian mekanisme institusional sebagai deadline dan nilai berita. Pada sisi yang lain media juga dapat mempengaruhi masyarakat, namun masyarakat juga dapat membentuk agenda media. *Kedua*, pesan dalam komunikasi politik terkonsentrasi pada lingkungan pemerintahan atau yang berhubungan dengan kebijakan publik. Komunikasi politik, dengan demikian, tidak hanya concern dengan persoalan pemilu, namun pada segenap hal yang berkaitan dengan politik. Dengan kata lain, komunikasi politik terjadi ketika masyarakat, media dan pemerintah saling “berdialog” mengenai isu-isu seputar elit dan publik.

Dari beberapa pengertian dan definisi yang dikemukakan oleh para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik adalah seni komunikasi dalam mendesain dan mengelola politik dengan melibatkan unsur-unsur komunikasi (komunikator, pesan, media, komunikan dan efek) yang dilakukan oleh unit-unit dalam suatu sistem politik sebagai upaya menyelesaikan konflik dengan konsensus atau kompromi.

### **C. Proses Komunikasi Politik**

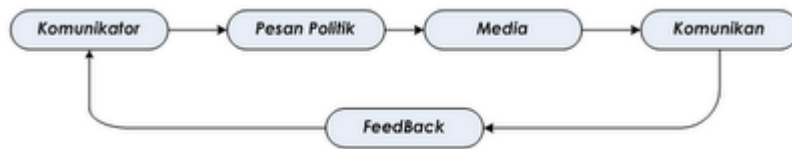
Sebagaimana proses komunikasi pada umumnya, komunikasi politik tidak begitu berbeda dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya terutama menyangkut unsur-unsur yang terlibat dari komunikasi politik ini seperti : komunikator, komunikan, pesan, media dan feedback. Hanya saja, perbedaan yang mencolok dari komunikasi politik ini adalah semua unsur yang terlibat dalam proses komunikasi itu adalah berbau politik.

Proses komunikasi politik sama dengan proses komunikasi pada umumnya (komunikasi tatap muka dan komunikasi bermedia) dengan alur dan komponen:

1. Komunikator/Sender – Pengirim pesan
2. Encoding – Proses penyusunan ide menjadi simbol/pesan
3. Message – Pesan

4. Media – Saluran
5. Decoding – Proses pemecahan/ penerjemahan simbol-simbol
6. Komunikan/Receiver – Penerima pesan
7. Feed Back – Umpan balik, respon.

Untuk mempermudah penjelasan, perlu kiranya diberikan sekedar skema proses komunikasi politik. Skema tersebut berguna untuk melakukan analisis atas proses komunikasi politik yang selama ini terjadi.



- Komunikator = Partisipan yang menyampaikan informasi politik
- Pesan Politik = Informasi, fakta, opini, keyakinan politik
- Media = Wadah (medium) yang digunakan untuk menyampaikan pesan (misalnya surat kabar, orasi, konperensi pers, televisi, internet, demonstrasi, polling, radio, dsb)
- Komunikan = Partisipan yang diberikan informasi politik oleh komunikator
- FeedBack = Tanggapan dari Komunikan atas informasi politik yang diberikan oleh komunikator

Dalam kegiatan komunikasi politik, ada beberapa pola hubungan yang mencerminkan dinamika dalam prosesnya yaitu :

1. Pola komunikasi vertikal (top down, dari pemimpin kepada yang dipimpin)
2. Pola komunikasi horizontal (antara individu dengan individu, kelompok dengan kelompok)

3. Pola komunikasi formal (komunikasi melalui jalur-jalur organisasi formal)
4. Pola komunikasi informal ( komunikasi melalui pertemuan atau tatap muka, tidak mengikuti prosedur atau jalur-jalur organisasi).

Dalam aras praksisnya, proses komunikasi politik tidak jarang mengalami distorsi. Menurut Pabotinggi (1993), distorsi komunikasi politik meliputi :

1. Distorsi bahasa sebagai "topeng"; ada euphemism (penghalusan kata); bahasa yang menampilkan sesuatu lain dari yang dimaksudkan atau berbeda dengan situasi sebenarnya, bisa disebut seperti diungkapkan *Ben Anderson (1966)*, "bahasa topeng".
2. Distorsi bahasa sebagai "proyek lupa"; lupa sebagai sesuatu yang dimanipulasikan; lupa dapat diciptakan dan direncanakan bukan hanya atas satu orang, melainkan atas puluhan bahkan ratusan juta orang.
3. Distorsi bahasa sebagai "representasi"; terjadi bila kita melukiskan sesuatu tidak sebagaimana mestinya. Contoh, gambaran buruk kaum Muslimin dan orang-orang Arab oleh media Barat.
4. Distorsi bahasa sebagai "ideologi". Ada dua perspektif yang cenderung menyebarkan distorsi ideologi. *Pertama*, perspektif yang mengidentikkan kegiatan politik sebagai hak istimewa sekelompok orang --monopoli politik kelompok tertentu. *Kedua*, perspektif yang semata-mata menekankan tujuan tertinggi suatu sistem politik. Mereka yang menganut perspektif ini hanya menitikberatkan pada tujuan tertinggi sebuah sistem politik tanpa mempersoalkan apa yang sesungguhnya dikehendaki rakyat.

#### **D. Model Komunikasi Politik**

Secara konseptual, Cangara (2009) menjelaskan model komunikasi politik ini menjadi 3 (tiga) model, antara lain :

1. **Model Sistemik.** Model ini merupakan pola komunikasi politik yang utuh, satu-kesatuan yang terdiri dari bagian-bagian di dalamnya dan saling terhubung antara yang satu dengan yang lainnya. Teori dalam model ini merujuk pada serangkaian pernyataan mengenai hubungan diantara variabel dependen dan independen yang diasumsikan berinteraksi satu sama lain. Artinya perubahan dalam satu atau lebih dari satu variabel bersamaan atau disusul dengan perubahan variabel lain atau kombinasi variabel.

2. **Model Proses.** Dinamika komunikasi politik sangat berkaitan dengan model komunikasi, yaitu model transaksi simultan dari Melvin L.DeFleur. Dengan karakternya yg nonlinear, model ini menggambarkan tiga factor yang berpengaruh dalam proses komunikasi. Sistem komunikasi ini akhirnya akan membentuk model-model dari proses komunikasi politik. *Pertama* adalah faktor lingkungan fisik, yaitu tempat dimana komunikasi berlangsung dengan menekankan pada aspek what n how. *Kedua*, faktor situasi sosio-kultural, yaitu komunikasi merupakan bagian dari situasi social yang didalamnya terkandung makna cultural dan menciptakan identitas bagi para pelaku komunikasi. *Ketiga*, faktor hubungan sosial, yaitu status hubungan para pelaku komunikasi sangat berpengaruh baik terhadap isi pesan ataupun terhadap proses bagaimana pesan tersebut dikirim dan diterima. Selain itu proses komunikasi politik juga dapat melalui proses komunikasi persuasif dan kampanye media.

**3. Model Efektifitas.** Kemampuan seorang tokoh dalam mengirimkan pesan atau informasi yang baik, kemampuan menjadi pendengar yang baik, kemampuan atau ketrampilan menggunakan berbagai media atau alat audio visual merupakan bagian penting dalam melaksanakan komunikasi yang efektif. Komunikasi politik juga memiliki hubungan yang cukup erat dengan pemasaran politik. Bagaimana sebuah komunikasi politik yang efektif dan tepat sangat dibutuhkan dalam pencapaian tujuan dari memenuhi kebutuhan – kebutuhan politik sebagai suatu strategi persaingan dalam dunia politik. Karena pada saat ini semakin berkembangnya zaman, semakin maju pula persaingan politik, sehingga diperlukannya strategi pemasaran politik yang tepat pula. Dengan menggunakan teori-teori komunikasi maka dapat dipetakan strategi apa yang harus digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan politiknya kepada komunikan.

## **E. Teori-Teori Komunikasi Politik**

Dalam komunikasi politik terdapat teori-teori yang berkaitan dengan komunikasi politik, secara garis besar Nimmo (2005) membagi teori komunikasi politik menjadi 2 (dua) macam yaitu teori kepribadian dan diri politik.

### **A. Teori kepribadian dalam politik.**

Jumlah teori tentang kepribadian sama banyaknya dengan jumlah defenisinya. Pada tulisan ini akan difokuskan pada beberapa saja diantaranya, tetapi lebih spesifik pada yang memberikan gambaran tentang belajar politik.

#### **1. Teori kebutuhan.**

Teori kebutuhan mengemukakan bahwa manusia memiliki hierarki kebutuhan psikologis, rasa mana dan kepastian, kasih sayang, penghargaan diri, dan katualisasi diri. Perilaku manusia

merefleksikan upaya untuk memenuhi kebutuhan ini. Kecuali jika orang telah memenuhi kebutuhan pokok tertentu –kebutuhan akan makanan, pakaian, rumah, energi, keturunan, dsb- sedikit seklai kemungkinan bahwa mereka akan berpikir, merasa atau bertindak secara politis. Orang hanya berbalik kepada politik hanya setelah memenuhi kebutuhan pokok fisik dan sosial. Para perumus teori kebutuhan berargumentasi bahwa banyak diantara yang dipelajari orang tentang politik bergantung pada kepribadian yang diperoleh pada masa kanak-kanak sementara berusaha memenuhi kebutuhan pokok psikologis dan sosial pada masa dini usianya. Tulis Knutson, betapa pentingnya pola kepribadian yang dipelajari anak sebelum memulai pendidikan formalnya, sehingga “kepribadian individu, sebagai mana dibentuk dalam tahun-tahun pertama usianya, akan merupakan sumber yang lebih penting meskipun kurang tampak dari ‘informasi, nilai, atau perasaanya di hadapkan kepada’ peraturan dasar yang pokok yang mengerjakan dan menghubungkan seluruh sistem kemanusiaan –sosial, politik, dan ekonomi –kepada ketimbang sosialisasi yang terjadi bersamaan dan di kemudian hari terwujudnya yang mempengaruhi dirinya. Ringkasnya, kebutuhan membuat anak itu menjadi bapak manusia politik.

## 2. Teori psikoanalitik.

Dua variasi yakni personal dan interpesoanal, bagaimana kepribadian mempengaruhi belajar dan perilaku politik.

**Personal.** Aliran personal dari teori psikoanalitik adalah tradisi Sigmund Freud. Freud berpendapat bahwa orang bertindak atas dasar motif yang tak disadarinya maupun atas dasar pikiran, perasaan dan kecenderungan yang disadari dan sebagaimana disadari. Freud berpendapat tentang proses yang menjadi pokok berfungsinya kepribadian:

- (1) Id, yaitu proses orang yang berusaha memaksakan keinginannya akan hal yang menyenangkan.
- (2) Ego, alat yang digunakan untuk menliai sekitar orang itu, atau realitas.
- (3) Superego, yaitu gagasan orang diturunkan (biasanya melalui pengalaman dengan orang tuanya) tentang apa baik dan buruk itu.

Proses id mencari kesenangan dan perasaan benar atau salah, direfleksikan didalam superego, sering berselisih. Ego menyelesaikan konflik ini melalui berbagai mekanisme pertahanan. Mekanisme ini mencakup represi (memaksakan kepercayaan nilai, dan pengharapan yang mengancam keluar dari kesadaran), pengalihan (mengalihkan reaksi emosional dari satu objek ke objek yang lain), sublimasi (mencari cara yang dapat diterima untuk mengungkapkan dorongan yang dengan cara lain tidak diterima), rasionalisasi (memberikan alasan yang meragukan untuk membenarkan perilaku atau untuk menghilangkan kekecewaan), regresi (kembali kepada perilaku yang tidak dewasa, pembentukan reaksi (beralih dari satu ekstrem kepada ekstrem yang berlawanan), introjeksi (memungut pendirian orang lain sebagai pendirian sendiri), atau identifikasi (meningkatkan rasa kuat, aman dan atau terjamin dengan mengambil sifat orang lain). Teori psikoanalitik yang dibawa ke dalam dunia politik ini mengemukakan bahwa mekanisme pertahanan yang tidak disadari menghalangi belar politik yang adaptif.

**Interpersonal.** Varian interpersonal dari teori psikoanalitik sebagian besar berasal dari karya Harry Stack Sullivan. Dalam kata-kata Sullivan, “Keprinadian adalah pola yang relatif kekal dari situasi interpersonal yang berulang yang menjadi ciri kehidupan manusia.” Sullivan menerima pandangan bahwa manusia memiliki kebutuhan biologis sebagai pembawaan. –kebutuhan akan makanan, air, kehangatan, dan pembuangan yang tidak diperlukan oleh tubuh. Tambahnya, bahwa manusia membutuhkan rasa aman dari pengalaman dengan orang lain yang membangkitkan kecemasan maupun jaminan pemuasan ketegangan yang bersifat biologis. Dan dalam mengurangi kecemasan dan memuaskan tuntutan biologis orang sering terbentur pada hubungan dengan orang lain yang rumit dan menyimpang. Dalam keadaan ini orang mengembangkan mekanisme pertahanan, atau apa yang oleh Sullivan disebut “operasi keamanan”., untuk memelihara rasa aman bersama sesamanya. Sullivan menekankan empat operasi yaitu:

(1) Sublimasi, yang sama dengan mekanisme pertahanann yang diakui dalam teori Freud.



(2) Obsesionalime, yaitu kecenderungan gagasan atau dorongan untuk tumbuh begitu mendesak dan mengganggu sehingga individu tidak dapat menghilangkannya dari kesadaran (dalam beberapa hal, dorongan ini mengambil bentuk verbalime ritualistik dengan sifat hampir magis.

(3) Disosiasi, yaitu mekanisme untuk menjaga agar pikiran yang bertentangan tetap terpisah,

(4) Keacuhan selektif dan lawannya, perhatian selektif, atau kebiasaan melihat apa yang kita ingin melihatnya dan menghindari informasi yang mengancam. disosiasi dan keacuhan selektif memiliki gabungan langsung dengan komunikasi politik dan proses opini.

Selain itu para peneliti sosialisasi politik yang mengambil dari pemikiran Sullivan, mengemukakan bahwa salah satu cara utama anak-anak memperoleh kepercayaan dan nilai politik ialah melalui proses pengalihan interpersonal.

### 3. Teori Sifat.

Teori-teori dalam kategori ini berfokus pada kecenderungan atau predisposisi yang menentukan cara orang berperilaku. Setiap kepribadian mengandung seperangkat sifat yang unik dan individual. Oleh karena itu, orang dapat dibandingkan satu sama lain berdasarkan perbedaan sifat mereka –perbedaan yang diukur dengan skala yang menunjukkan berapa banyak sari setiap sifat itu yang dimiliki seseorang. Contohnya sifat kepribadian yang diukur dengan skala seperti ini meliputi apakah seseorang mudah menyesuaikan diri atau kaku, emosional atau tenang, cermat atau ceroboh, konvensional atau eksentrik, mudah cemburu atau tidak, sopan atau kasar, pembosan atau tekun, lembut atau keras, rendah hati atau sombong, dan lemah atau bersemangat. Sejumlah ilmuwan sosial menerangkan politik sebagai refleksi sifat kepribadian. Studi lain berusaha menentukan sifat yang mencakup kepribadian konservatif.

### 4. Teori tipe.

Teori ini mengklasifikasikan orang ke dalam kategori-kategori berdasarkan karakteristik yang dominan atau tema pokok yang

timbul berulang kali dalam perilaku politik mereka. Meskipun kebanyakan upaya untuk menguraikan kepribadian politik telah menerapkan teori tipe berfokus pada karakter dan gaya pemimpin politik, di sini perhatian kita adalah pada mereka yang etlah menggunakan teori tipe untuk memperhitungkan bagaimana khalayak komunikasi politik belajar menanggapi dengan berbagai cara. Dalam teori ini berdasarkan perbedaan dalam pengaruh orang tua terhadap kepribadian seseorang terbagi pada beberapa tipe golongan, diantaranya:

(1) Golongan Inaktif adalah seseorang yang berpartisipasi dalam organisasi politik atau sosial di suatu tempat, mereka sama memiliki tipe asuhan orang tua yang sama. Orang tua mereka mengkhawatirkan kesehatan, konformitas, dan kepatuhan akan tuntutan orang tua.

(2) Golongan konvensionalis terdiri dari anggota perkumpulan laki-laki dan perempuan. Orang yang relatif sedikit keterlibatannya dalam politik dan merupakan stereotif “Orang Biasa” yang konvensional, orang tua yang konvensional pada umumnya setia kepada nilai sosial tradisional seperti tanggung jawaban, konformitas, prestasi, dan kepatuhan serta menuntut perilaku yang patut secara sosial dari anak-anak mereka. Orang tua ini menggunakan hukuman fisik fisik dan psikologis dalam mendidik anak-anak mereka.

(3) Golongan konstruktivis bekerja pada proyek pelayanan sosial, tetapi jarang menjadi peserta protes yang terorganisasi; orang tua mereka menekankan disiplin, prestasi, dan keandalan, pengungkapan diri yang terbatas, dan menggunakan hukuman nonfisik. Mereka lebih diakrabi anak-anak mereka ketimbang orang tua golongan konvensionalis.

(4) Golongan aktivis mengajukan protes atau kekecewaan mereka terhadap kejelekan masyarakat yang dipersepsi dan juga turut dalam proyek pelayanan masyarakat untuk memperbaiki keburukan itu, orang tua mereka mendorong anak-anak mereka untuk independen dan bertanggungjawab, menyingkirkan ekspresi diri berupa jenis agresi fisik, dan kurang menekan disiplin jika dibandingkan dengan

kelompok yang diuraikan diatas. Namun mereka mengenang hubungan dengan orang tua sebagai hubungan yang kaku.

(5) Golongan penyingkin (disenter) adalah yang hanya terlibat dalam protes-protes terorganisasi. Orang tua golongan ini tidak konsisten dalam melaksanakan pendidikan anak. Mereka serba membolehkan (permissif) dalam bidang tertentu, dan sangat ketat (restriktif) dalam bidang lain, mereka kurang menekankan independensi dan kedewasaan yang dini dibandingkan dengan orang tua yang lain, namun menuntut prestasi melalui persaingan. Golongan pengingkar jauh lebih cenderung untuk memprotes sebagai bentuk pemberontakan terhadap orang tua daripada dalam golongan yang lain.

Kebaikan atau kekurangan tipologi seperti itu di sini bukan pokok masalah, melainkan hanya contoh tentang bagaimana para sarjana kadang-kadang mencoba menerangkan politik sebagai refleksi kepribadian. Berbeda dengan teori sifat, pandangan tipe bukan menunjukkan kecenderungan yang menentukan perilaku, melainkan berfokus pada konfigurasi perilaku yang memisahkan orang terhadap satu sama lain. Namun, baik dalam teori sifat maupun teori tipe, masa kanak-kanak mempengaruhi permainan peran utama dalam memberi bentuk kepada pengungkapan politik. Tema bahwa manusia politik itu dilahirkan dari anak, sekali lagi terjadi.

## 5. Teori fenomenologis.

Teori fenomenologis adalah pandangan bahwa peran kepribadian dalam perilaku (termasuk kepribadian dalam politik) paling mudah dipahami dengan melukiskan peranan langsung orang –yaitu proses yang digunakan oleh mereka yang memperhatikan dan memahami fenomena yang disajikan langsung oleh mereka. Oleh sebab itu, teori fenomenologis menekankan bahwa cara orang mengalami dunia secara subjektif –sensasi, perasaan, dan fantasi yang terlibat- adalah titik tolak untuk meneliti bagaimana orang menanggapi berbagai objek.

Dua garis utama berpikir merefleksikan pendekatan fenomenologis yaitu:

(1) Teori Gestalt tentang persepsi. Penganut teori ini berargumentasi bahwa aspek utama kepribadian ialah bagaimana orang menyusun pengalaman ke dalam pola atau konfigurasi. Mereka menekankan prinsip kesederhanaan dalam menyusun persepsi.

(2) Teori medan. Teori ini berargumentasi bahwa kepribadian (pola perilaku yang kekal dan diperoleh dengan belajar) saja tidak dapat menerangkan bagaimana orang berperilaku. Setiap orang memiliki ruang hidup yang tersusun dari medan gaya. Dalam bertindak, individu mendekati atau menghindari gaya dan objek dalam ruang hidupnya sebagaimana ia memahami gaya itu saat bertindak.

Pengalaman yang lalu tentu bisa merupakan gaya di dalam medan itu, tetapi tidak menentukan bagaimana orang akan bertindak terhadap objek dalam situasi tertentu. Teori medan. Menolak gagasan bahwa penyebab tindakan manusia terletak pada masalah yang sudah lama dari setiap individu; sebaliknya, bidang pada saat sekarang adalah produk dari bidang tersebut menurut keadaannya pada masa yang baru saja lewat pengalaman masa lalu jauh turut membentuk bidang masa sekarang secara tidak langsung dengan perjalanan waktu, tetapi pengalaman yang segera memberikan keterangan yang lebih pasti tentang mengapa orang berperilaku seperti apa yang dilakukannya dalam bidang masa sekarang.

Teori bidang mencakup dua gagasan yang mempunyai relevansi khusus dengan politik, yang *pertama* ialah bahwa belajar politik merupakan proses kumulatif, bahwa pengalaman yang sedang dialaminya membantu seseorang mendiferensiasikan kepercayaan, nilai dan pengharapan yang difus yang dipungutnya pada masa kanak-kanak. Manusia politik mengajari anak masa lalu dengan melibatkan diri ke dalam pengalaman yang baru yang sebelumnya tidak diperhitungkan. *Kedua*, sekelompok ilmuwan sosial menggunakan teori medan untuk mengarahkan riset ke dalam perilaku suatu bangsa.

## **B. Diri Politik**

Pada bahasan diatas telah jelas bahwa kepribadian adalah totalitas perilaku individu yang terwujud dalam kecenderungan yang

berulang dan berpola pada seluruh variasi situasi dan mengenai berbagai objek dan berpola pada seluruh variasi situasi dan mengenai berbagai objek. Salah satu objek tindakan orang sehari-hari adalah diri sendiri. Tidak berbeda dengan tindakan terhadap orang lain, orang bisa menghargai dan mendorong diri sendiri atau merasa jijik, menyalahkan dan menghukum diri sendiri.

Banyak orang yang memperoleh diri politik, yakni bagian dari diri yang terdiri atas “paket orientasi individual mengenai politik sosialisasi politik menghasilkan diri politik”. Ada beberapa teori mengenai cara terjadinya hal ini, di antaranya:

#### 1. Teori adopsi.

Dengan memberikan perhatian mereka kepada bagaimana orang memperoleh pikiran, perasaan, dan kecenderungan, psikolog sosial mengajukan berbagai model yang melukiskan cara memperoleh “semua pengetahuan di dunia, dengan benar atau keliru, yang dimiliki oleh organisme tertentu katakanlah manusia”, dan cara memperoleh “signifikansi yang efektif, pada neraca yang diinginkan lawan yang tak diinginkan, yang diletakkan kepada setiap keadaan tertentu. Label umum yang diterapkan pada model-model ini ialah teori belajar sosial. Teori belajar sosial mengatributkan cara memperoleh kepercayaan, nilai, dan pengharapan personal kepada pengalaman individual dengan orang lain, objek, atau peristiwa. Ada dua tipe pengalaman demikian- langsung dan tidak langsung.

#### 2. Teori perubahan.

Teori belajar sosial menekankan berbagai cara yang mungkin digunakan orang dalam mengadopsi pikiran, perasaan, dan kecondongan awal mereka. Namun, seperti yang dikemukakan, teori ini tidak banyak membicarakan proses mental yang terlibat, juga tidak menerangkan perubahan dalam opini awal.

#### 3. Teori konsistensi

Adalah seperangkat model yang berfokus pada perubahan opini. Model-model ini memperhitungkan bahwa orang tidak hanya mempersepsi tanda, atau rangsangan –pokok dasar gagasan belajar

sosial- tetapi juga menginterpretasi dan menanggapi tanda berdasarkan interpretasi itu.

#### 4. Teori penjulukan (*labelling theory*).

Menurut Mulyana (2005) bahwa proses penjulukan dapat sedemikian hebat sehingga korban-korban misinterpretasi ini tidak dapat menahan pengaruhnya. Karena berondongan julukan yang bertentangan dengan pandangan mereka sendiri, citra-diri asli mereka sirna, digantikan citra-diri baru yang diberikan orang lain. Dampak penjulukan itu jauh lebih hebat dan tidak berhubungan dengan kebenaran penjulukan tersebut, terutama bagi orang dalam posisi lemah, rakyat jelita misalnya, benar atau salah, penjulukan itu reaksi yang diberikan objek yang dijuluki terhadap orang lain “membenarkan” penjulukan tersebut.

### **F. Rangkuman**

Komunikasi politik adalah seni komunikasi dalam mendesain dan mengelola politik dengan melibatkan unsur-unsur komunikasi (komunikator, pesan, media, komunikan dan efek) yang dilakukan oleh unit-unit dalam suatu sistem politik sebagai upaya menyelesaikan konflik dengan konsensus atau kompromi.

Sebagaimana umumnya dalam proses komunikasi, proses komunikasi politik juga melibatkan unsur-unsur komunikasi seperti : komunikator, komunikan, media, pesan dan efek. Hanya saja, yang membedakan itu semua terletak pada penyebutan bahwa dalam proses komunikasi politik unsur-unsur komunikasi yang terlibat terkait dengan nomenklatur politik.

Sedangkan secara konseptual, model komunikasi politik diantaranya adalah model sistemik, model proses dan model efektifitas. Adapun teori yang berkembang dalam komunikasi politik, Nimmo menyederhanakan menjadi 2 teori, yaitu : kepribadian dalam politik dan diri politik.

## G. Latihan

1. Apa yang Anda ketahui dari komunikasi politik? Jelaskan.
2. Apa tujuan dan fungsi komunikasi politik? Uraikan dengan lengkap.
3. Menurut Anda, apakah partai politik yang ada selama ini sudah menjalankan fungsi komunikasi politik? Jelaskan alasan Anda.
4. Apa yang menyebabkan kemacetan dalam proses komunikasi politik sehingga tujuan komunikasi tidak tercapai? Uraikan.
5. Menurut Anda, komunikasi politik seperti apa yang dapat meningkatkan partisipasi politik masyarakat? Jelaskan.
6. Apa yang Anda ketahui dari propaganda dan kampanye? Mengapa kampanye diperlukan dalam kegiatan komunikasi politik? Jelaskan.
7. Apakah aksi-aksi demo dapat dikatakan sebagai bentuk kegiatan komunikasi politik? Bagaimana pula agar aksi demo tidak berlaku anarkhis dan efektif mencapai tujuan? Kemukakan argumen Anda.
8. Model komunikasi politik seperti apa yang tepat untuk menggambarkan hubungan antara eksekutif, legislatif dan yudikatif? Buatlah skema dari pola hubungan komunikasi politik ketiga lembaga negara tersebut.
9. Jelaskan pengaruh budaya terhadap sistem dan proses komunikasi politik berikut dengan contoh-contoh kasusnya.
10. Apa yang Anda ketahui dari istilah-istilah di bawah ini :
  - a. Negosiasi
  - b. Lobby
  - c. Memorandum
  - d. Artikulasi
  - e. Agregasi

## **BAB XIII**

### **TEORI KOMUNIKASI PEMBANGUNAN**

#### **A. Standar Kompetensi**

1. Mahasiswa dapat memahami konsep dan dinamika komunikasi pembangunan.
2. Mahasiswa dapat menguasai teori-teori komunikasi pembangunan.
3. Mahasiswa dapat memiliki ketrampilan berkomunikasi (verbal dan nonverbal) secara partisipatif dalam mensosialisasikan pesan-pesan pembangunan.

#### **B. Pengertian Komunikasi Pembangunan**

Dalam penyelenggaraan pembangunan, diperlukan suatu sistem komunikasi agar terjalin komunikasi efektif dan memiliki makna yang mampu mengarahkan pencapaian tujuan pembangunan. Dalam ilmu komunikasi telah berkembang suatu spesialisasi mengenai penerapan teori dan konsep komunikasi secara khusus untuk keperluan program pembangunan yang dikenal dengan sebutan Komunikasi Pembangunan. Komunikasi pembangunan mencakup studi, analisa, promosi, dan evaluasi teknologi komunikasi untuk seluruh sektor pembangunan.

Secara pragmatis, Quebral (dalam Nasution, 2007) merumuskan bahwa “komunikasi pembangunan adalah komunikasi yang dilakukan untuk melaksanakan rencana pembangunan suatu negara”. Dikemukakannya pula bahwa komunikasi pembangunan merupakan salah satu terobosan (*break-through*) di lingkungan ilmu-ilmu sosial, dan merupakan inovasi yang harus diusahakan agar diketahui orang dan diterima sebelum ia digunakan.

Selanjutnya Gomez (dalam Nasution, 2007) merumuskan komunikasi pembangunan sebagai berikut:

Komunikasi pembangunan merupakan disiplin ilmu dan praktikum komunikasi dalam konteks negara-negara sedang



berkembang, terutama kegiatan komunikasi untuk perubahan sosial yang berencana. Komunikasi pembangunan dimaksudkan untuk secara sadar meningkatkan pembangunan manusiawi, dan itu berarti komunikasi yang akan menghapuskan kemiskinan, pengangguran, ketidakadilan.

Sementara itu, Effendy (2000), mendefinisikan komunikasi pembangunan sebagai proses penyebaran pesan oleh seseorang atau sekelompok orang kepada khalayak guna mengubah sikap, pendapat, dan perilakunya dalam rangka meningkatkan kemajuan lahiriah dan kepuasan batiniah, yang dalam keselarasannya dirasakan secara merata oleh seluruh rakyat.

Sedangkan Peterson (dalam Dilla, 2007), merumuskan komunikasi pembangunan sebagai usaha yang terorganisir untuk menggunakan proses komunikasi dan media dalam meningkatkan taraf sosial dan ekonomi, yang secara umum berlangsung dalam negara sedang berkembang.

Menurut Nasution (2007), berdasarkan pandangan dan kenyataan yang berkembang, pengertian komunikasi pembangunan dapat dirangkum dalam dua perspektif pengertian :

### **1. Dalam arti luas**

Melibatkan masalah yang luas: komunikasi politik, komunikasi sosial-budaya, dan kebijakan komunikasi. Komunikasi pembangunan dalam arti luas meliputi peran dan fungsi komunikasi sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik di antara masyarakat dan pemerintah, mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pembangunan.

### **2. Dalam arti sempit**

Dalam arti sempit pengertian komunikasi pembangunan adalah segala upaya, cara dan teknik penyampaian gagasan dan keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan kepada masyarakat yang menjadi

sasaran, agar dapat memahami, menerima dan berpartisipasi dalam pembangunan.

Dalam konteks ini komunikasi pembangunan dilihat sebagai rangkaian usaha mengomunikasikan pembangunan kepada masyarakat, agar mereka ikut serta dalam memperoleh manfaat dari kegiatan pembangunan yang dilaksanakan oleh suatu bangsa. Usaha tersebut mencakup studi, analisis, promosi, evaluasi, dan teknologi komunikasi untuk seluruh sektor pembangunan. Pengertian ini tercermin dalam sejumlah kegiatan sistematis yang dilakukan oleh berbagai badan, dan lembaga yang bersifat lokal, nasional maupun internasional dalam menyebarkan gagasan pembangunan kepada khalayak ramai.

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi pembangunan merupakan suatu strategi yang menekankan pada perlunya sosialisasi pembangunan kepada para pelaku pembangunan berupa penyebaran pesan oleh seseorang atau sekelompok kepada khalayak guna mengubah sikap, pendapat, dan perilakunya dalam rangka meningkatkan kemajuan lahiriah dan kepuasan batiniah untuk mencapai tujuan pembangunan yang manfaatnya dapat dirasakan secara merata oleh seluruh rakyat.

Dari kesimpulan itu dapat ditarik benang merah bahwa komunikasi pembangunan menganut prinsip-prinsip modernisasi dalam pembangunan, dengan tidak lagi memposisikan pemerintah lebih tinggi daripada rakyat yang hanya membentuk pola komunikasi top down. Karena di negara yang menganut sistem politik terbuka, sebagaimana yang menjadi tuntutan dan cita-cita era reformasi ini idealnya memandang rakyat dalam posisi setara. Pola komunikasi yang relevan adalah bottom up dan horizontal. Dengan pola tersebut maka proses pembangunan sejak perencanaan dapat dilakukan secara bersama dengan melibatkan semua pihak baik obyek, pelaku, maupun fasilitator. Karena dengan adanya komunikasi yang baik maka perbedaan latar belakang dan kepentingan tidak lagi menjadi penghambat pembangunan.

### C. Peran dan Fungsi Komunikasi Pembangunan

Komunikasi pembangunan memiliki peran yang sangat penting dalam mensosialisasikan dan mengakselerasi program-program pembangunan. Tidak hanya itu, komunikasi pembangunan juga sangat strategis dalam membuka wawasan masyarakat, peningkatan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat dan pemberdayaan masyarakat secara menyeluruh melalui program-program yang lebih partisipatif. Hedebro (dalam Nasution, 2004) mengungkapkan beberapa peran komunikasi dalam pembangunan, yakni:

1. Komunikasi dapat menciptakan iklim bagi perubahan dengan membujuk nilai-nilai, sikap, mental, dan bentuk perilaku yang menunjang modernisasi.
2. Komunikasi dapat mengajarkan keterampilan baru, baca tulis, hingga lingkungan.
3. Media massa dapat bertindak sebagai pengganda sumber-sumber daya pengetahuan.
4. Media massa dapat mengantarkan pengalaman-pengalaman yang seolah-olah dialami sendiri sehingga mengurangi biaya psikis dan ekonomis untuk menciptakan kepribadian yang *mobile*.
5. Komunikasi dapat meningkatkan aspirasi yang merupakan perangsang untuk bertindak nyata.
6. Komunikasi dapat membantu masyarakat menemukan norma-norma baru dan keharmonisan dari masa transisi.
7. Komunikasi dapat membuat orang lebih condong untuk berpartisipasi membuat keputusan dalam masyarakat.
8. Komunikasi dapat mengubah struktur kekuasaan pada masyarakat tradisional dengan pengetahuan massa. Mereka yang memperoleh informasi akan menjadi orang yang berarti, dan para pemimpin tradisional akan tertantang oleh kenyataan bahwa ada orang-orang lain yang juga mempunyai kelebihan dalam hal memiliki informasi.

9. Komunikasi dapat menciptakan rasa kebangsaan sebagai sesuatu yang mengatasi kesetiaan-kesetiaan lokal.
10. Komunikasi dapat membantu mayoritas populasi menyadari pentingnya arti mereka sebagai warga negara, sehingga membantu meningkatkan aktivitas politik.
11. Komunikasi memudahkan perencanaan dan implementasi program-program pembangunan yang berkaitan dengan kebutuhan penduduk.
12. Komunikasi dapat membuat pembangunan ekonomi, sosial, dan politik menjadi proses yang berlangsung sendiri.

Selain itu, komunikasi dalam kaitannya dengan pembangunan juga memiliki beberapa fungsi strategis. Dilla (2007), menyimpulkan bahwa fungsi komunikasi dalam pembangunan diantaranya meliputi :

1. Sebagai proses penyebaran informasi dan penerangan kepada masyarakat, titik pandang komunikasi pembangunan difokuskan pada usaha penyampaian dan pembagian (sharing) ide, gagasan, dan inovasi pembangunan antara pemerintah dan masyarakat. Pada proses tersebut, informasi dibagi dan dimanfaatkan bersama-sama dan seluas-luasnya sebagai sesuai yang berguna untuk kehidupan.
2. Sebagai proses pendidikan dan keterampilan bagi masyarakat, titik pandang komunikasi pembangunan difokuskan pada penyediaan model pembelajaran publik yang murah dan mudah dalam mendidik, dan mengajarkan keterampilan yang bermanfaat. Dengan bekal pendidikan dan keterampilan yang dimiliki, masyarakat dapat lebih kritis dan mandiri memahami posisinya serta lingkungannya. Melalui interaksi, informasi, komunikasi, dan sosialisasi dalam berbagai saluran, proses komunikasi pembangunan kemudian dianggap sebagai bentuk pencerahan, penguatan dan pembebasan dari ketergantungan dan

keterbelakangan sehingga mempermudah menerima suatu inovasi yang ditujukan kepada mereka.

3. Sebagai proses rekayasa sosial, komunikasi pembangunan dipandang sebagai bentuk pengembangan tindakan komunikasi yang sistematis, terencana dan terarah, dalam melakukan transformasi ide, gagasan atau inovasi melalui informasi yang disebarluaskan dan diterima sehingga menimbulkan partisipasi masyarakat dalam melakukan perubahan. Pada tingkat ini, intervensi komunikasi dalam mengarahkan bentuk rekayasa sosial yang diinginkan dapat berwujud interaksi, partisipasi, dan dukungan atas informasi yang mereka terima.
4. Sebagai proses perubahan perilaku, komunikasi pembangunan dipandang sebagai proses psikologis, proses sebagai tindakan komunikasi yang berkesinambungan, terarah, dan bertujuan. Proses ini berhubungan dengan aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap mental, dalam melakukan perubahan. Kredibilitas sumber, isi pesan dan saluran komunikasi sangat berpengaruh dan menentukan perubahan perilaku.

#### **D. Model Komunikasi Pembangunan**

Model komunikasi pembangunan memiliki karakteristik tersendiri. Mengutip pendapat Nasution (2007), model-model komunikasi pembangunan tersebut antara lain :

##### **1. Model Komunikasi Linier (*Top-Down*).**

Komunikasi linier didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui saluran (penyaring). Komponen utama dari model ini adalah pesan, sumber (*advocacy roles*), *Gatekeepers (Channel roles)*, Penerima (*behaviour user system*), dan umpan balik (*feedback*). Pakar-pakar komunikasi yang membidani model ini antara lain Westley dan Malcom (1957), Newcomb (1958), Berlo (1960), dan Roger dan Kincaid (1981).

Menurut model ini, komunikasi dikatakan efektif apabila penerima yang dalam proses difusi dan adopsi inovasi lebih sering

disebut sebagai sasaran mampu menerima pesan (informasi/misi) sesuai dengan yang dikehendaki oleh sumber.

Rogers dan Shoemaker (1996) mengemukakan bahwa dalam proses perubahan sosial pesan-pesan (message = M) dioperasikan dari sumber (source = S) kepada penerima (receiver = R) melalui saluran (channel = C).

Model komunikasi ini pada kenyataannya banyak dicerca, karena kurang demokratis. Meskipun ada *feedback*, namun tetap timpang karena ada kesan pemaksaan (diatur) atau arus peluru (*jarum hipodermik*), lebih mengutamakan kepentingan sumber, dan tidak interaktif sehingga tidak tercapai pemahaman bersama antara sumber (subyek) dengan penerima (obyek). Dikatakan demikian karena akses (*bargaining position*) penerima terhadap pesan dan saluran atau media yang digunakan oleh sumber tidak ada, *feedback* berjalan setelah komunikasi berakhir. Di kehidupan sehari-hari ini bisa terjadi antara pemerintah dengan masyarakat, antara guru dengan murid, antara penyuluh dengan petani, dan sebagainya.

Apabila model komunikasi ini diimplementasikan dalam pembangunan maka tendensinya akan mengarah ke rekayasa sosial (*social engineering*) yang menempatkan yang kuat (sumber) sebagai subyek dan yang lemah (penerima) sebagai obyek, akibatnya terjadi berbagai bias dalam operasionalnya seperti bias elit, bias gender, bias lokasi, bias stratifikasi dan sebagainya.

Jadi, meskipun di beberapa negara atau institusi, atau konteks tertentu model komunikasi ini masih dianggap relevan, namun pada kenyataannya selalu berujung dengan masalah yang sangat besar yang berakar dari ketidakpuasan dan kesenjangan.

Model ini tidak selalu dikatakan sangat naif atau diharamkan dalam proses pembangunan atau kehidupan sehari-hari karena ada momen-momen tertentu yang masih relevan menggunakan model ini, termasuk dalam pemberdayaan sosial (petani dan kelebagaannya).

## **2. Model Komunikasi Relational**

Komunikasi relational didefinisikan oleh Schramm (1973) sebagai seperangkat aktivitas interaksi yang berpusat pada informasi sebagai bagian dari hubungan sosial tersebut. Komponen utama dari model komunikasi ini adalah informasi, hubungan baik antara partisipan, dan penerima aktif.

Menurut model ini komunikasi dikatakan efektif apabila tercapai pemahaman bersama antara partisipan dan penerima atas suatu pesan atau informasi. Model komunikasi ini kemudian oleh Kincaid (1979), Roger dan Kincaid (1981) dijadikan sebagai landasan untuk merumuskan model komunikasi konvergen. Secara sederhana, komunikasi relasional dapat digambarkan sebagai berikut :

Komunikasi model ini belum dikatakan efektif meskipun berada pada posisi medium. Dikatakan demikian karena sudah mendekati asas demokrasi atau partisipatif. Hanya prosesnya masih berlangsung diantara relasi-relasi yang ada. Kondisi demikian bisa melemah seiring dengan semakin cepatnya arus perubahan sosial yang mengikis *social capital* dan sumberdaya lokal lainnya.

### **3. Model Komunikasi Konvergen (*Convergency*).**

Komunikasi konvergen didefinisikan sebagai suatu proses konvergen (memusat) dengan informasi yang disepakati bersama oleh pihak-pihak yang berkomunikasi dalam rangka mencapai ke saling pengertian (konsensus). Komponen utama dari model ini adalah informasi (*uncertainly*), konvergensi, saling pengertian, kesepakatan bersama, tindakan bersama, jaringan hubungan sosial (*net work relationship*).

Menurut model ini komunikasi dikatakan efektif apabila tercapai pemahaman bersama antara pelaku yang terlibat dalam komunikasi. Disini tidak lagi dikenal istilah sumber dan penerima, tetapi lebih disebut sebagai partisipan (pihak-pihak yang berpartisipasi). Dalam mekanisme pembangunan, model komunikasi ini kemudian dijadikan sebagai landasan pemberdayaan sosial (*Social empowerment*). Secara sederhana model komunikasi ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Model komunikasi pembangunan yang dinilai layak (efektif) untuk dikembangkan adalah model komunikasi interaktif yang menghasilkan keseimbangan dalam perspektif teori pertukaran (*exchange theory*), melalui jalur kelembagaan yang telah mapan, didukung oleh bentuk-bentuk komunikasi yang efektif baik vertikal maupun horisontal dalam sistem sosial. Model komunikasi interaktif ini sejalan dan memperhatikan prinsip-prinsip yang berlaku dalam model komunikasi tipe *Relational* (Schraam, 1973) dan Tipe *Convergency* (Kincaid, 1979; Roger dan Kincaid, 1981). Model komunikasi yang dinilai efektif dan relevan untuk

pembangunan pertanian adalah sintesa dari ketiga model di atas (Sumardjo, 1999).

Komponen utama model komunikasi “linier” seperti, pesan, sumber atau komunikator, saluran, penerima dan efek tetap menjadi perhatian penting dalam analisis model konvergen dan model relasional.

Model komunikasi konvergen atau interaktif seperti disinggung di atas bersifat dua arah, yakni partisipatif vertikal dan horisontal. Artinya keputusan ditingkat perencana program pembangunan sangat memperhatikan kebutuhan dan kepentingan di tingkat bawah (yang sering disebut sasaran pembangunan), tanpa harus mengabaikan arah dan percepatan pembangunan, dengan titik berat pembangunan berorientasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan memperhatikan hak-haknya sebagai manusia dan warga negara (Chambers, 1993).

Menurut Sumardjo (1999), alasan pendekatan konvergen lebih tepat di era globalisasi, karena pendekatan ini lebih memungkinkan terjalannya integrasi (*interface*) antara kepentingan semua pihak (*stakeholders*) dan spesifikasi lokasi. Pendekatan ini lebih menempatkan martabat manusia (petani) secara lebih layak, keberadaan petani dengan aspek kepentingan dan kemampuannya menjadi lebih dikenali dan dihargai, sehingga lebih mendorong terjadinya partisipasi masyarakat yang tinggi.

## **E. Studi Para Ahli Tentang Komunikasi Pembangunan**

Kajian seputar tentang konsep teoritis komunikasi pembangunan sebenarnya telah dilakukan oleh beberapa ahli melalui beberapa studi mereka, diantaranya adalah:

### **1. Studi Daniel Lerner**

Lerner dipandang sebagai orang pertama yang melakukan studi mengupas tentang hubungan komunikasi dengan pembangunan. Studinya tersebut diterbitkan dengan judul *The Passing of Traditional Society* pada tahun 1957. Lerner melakukan studi di enam negara kawasan Timur Tengah, yaitu Turki, Libanon, Mesir, Syria, Yordania, dan Iran. Inti dari studi Lerner adalah menganalisis hubungan antara tingkat urbanisasi dengan tingkat melek huruf, dengan penggunaan media massa dan partisipasi



masyarakat dalam kegiatan politik. Menurutnya modernisasi suatu bangsa dimulai dari terjadinya urbanisasi, kemudian urbanisasi akan meningkatkan melek huruf, lalu meningkatkan penggunaan media, yang selanjutnya meningkatkan partisipasi politik masyarakat. Sebagai patokan bila suatu negara mencapai tingkat urbanisasi 10% maka tingkat melek huruf akan sama-sama meningkat bahkan hingga mencapai 25 % dan demikian korelasi tertinggi dari konsumsi media adalah dengan tingkat melek huruf. Dikemukakannya pula bahwa sistem komunikasi merupakan indikasi sekaligus agen dari proses perubahan sosial. Perubahan sistem komunikasi masyarakat selalu berjalan satu arah, yaitu dari sistem komunikasi oral (mulut ke mulut) ke media (yang menggunakan media). Sistem komunikasi oral cocok digunakan masyarakat tradisional sedangkan sistem komunikasi media cocok digunakan masyarakat modern. Pada pokoknya, Lerner mengemukakan bahwa modernisasi suatu bangsa dimulai dari terjadinya urbanisasi. Menurutnya, untuk bisa berubah menjadi modern, anggota masyarakat harus memiliki mobilitas baik dalam arti fisik, maupun psikis. Namun kurang lebih dua puluh tahun kemudian, Lerner memperbaiki beberapa hal dari teori modernisasi yang ia kemukakan sebelumnya, yaitu :

1. Urbanisasi tidak lagi sebagai langkah pertama. Sebagai gantinya adalah melek huruf dan penguasaan media, lalu bergerak menuju partisipasi.
2. Indikator partisipasi politik bukan lagi hanya pemberian suara di pemilu, tapi sedang dicarikan indikator lain yang bersifat psikologis semacam “empati”.
3. Lerner tidak lagi menyebut keseluruhan proses tersebut sebagai modernisasi, tapi mengantinya dengan perubahan.
4. Kerena itu, faktor yang dikemukakan sebelumnya (urbanisasi, melek huruf, penguasaan media dan partisipasi) tidak lagi disebut sebagai indikator kemodernan, tapi sebagai kecenderungan kepada perubahan (propensity to change) atau kesiapan orang untuk mencoba hal-hal yang baru.

## 2. Studi Mc. Clelland

Dalam studinya yang berjudul *The achieving Society* (1961) ia berkesimpulan bahwa untuk memajukan suatu masyarakat harus dimulai dengan merubah sikap mental (*attitude*) para anggotanya. Menurut penelitiannya, sejarah menunjukkan bahwa masyarakat yang telah maju ternyata didorong oleh “kebuuhan untuk pencapaian sesuatu atau *need for achievement* tersebut. Dari hasil studi tersebut Mc Clelland memperoleh beberapa kesimpulan, diantaranya adalah:

- Untuk memajukan suatu masyarakat harus dimulai dengan mengubah sikap mental (*attitude*) para anggotanya.
- Masyarakat yang membangun dan telah maju didorong oleh kebutuhan untuk pencapaian sesuatu atau *need for achievement* (n/Ach) melalui berbagai saluran komunikasi yang ada di tengah masyarakat.
- Pembangunan ekonomi dipengaruhi oleh percaya diri, berorientasi ke depan, berkopetensi, menyukai risiko, dan lain-lain.

## 3. Studi Wilbur Schramm

Studi Schramm terfokus pada kedudukan media massa sebagai komunikasi yang terkait peranannya dengan pembangunan. Dalam laporannya yang berjudul *Mass Media and National Development: The Role of Information in Developing Countries* pada tahun 1964, yang pada pokoknya mengemukakan bahwa media massa dapat membantu dalam hal:

- Menyebarkan informasi tentang pembangunan, yakni perlunya keterangan mengenai pembangunan ke seluruh penjuru masyarat, karena pada pokoknya untuk mengubah kehidupan seluruh lapisan masyarakat.
- Mengajarkan melek huruf serta keterampilan lainnya, yakni melakukan cara-cara atau kegiatan yang lebih modern dibanding cara-cara dahulu serta mampu melakukannya sendiri.
- Masyarakat berkesempatan turut ambil bagian dalam pembuatan keputusan di negaranya, yakni masyarakat perlu

dimotivai untuk mengubah nasibnya dan mencapai kehidupan yang lebih baik.

Dari pendapat ini menunjukkan bahwa bagi masyarakat yang ingin maju memerlukan wawasan yang luas sebagai titik tolak untuk mendorong dan mengembangkan hasrat mengubah kehidupan ke arah kemajuan. Perhatian masyarakat perlu difokuskan pada upaya pembangunan sehingga diharapkan kreasi, aspirasi dan keikutsertaan masyarakat dapat didayagunakan secara lebih bermanfaat. Yang paling pokok adalah bahwa media massa dapat membantu menyebarkan informasi tentang pembangunan, dapat mengajarkan melek huruf, serta keterampilan lainnya yang memang dibutuhkan untuk membangun masyarakat dan dapat penyalur suara masyarakat agar mereka dapat turut ambil bagian dalam pembuatan keputusan di negaranya. Sejumlah peran lainnya bagi media massa dalam pembangunan adalah:

- a. Meluaskan wawasan masyarakat
- b. Memfokuskan perhatian masyarakat pada pembangunan
- c. Meningkatkan aspirasi
- d. Membantu merubah sikap dan praktek yang dianut
- e. Memberi masukan untuk saluran komunikasi antar pribadi
- f. Memberi status
- g. Memperlebar dialog kebijakan
- h. Menegakkan norma-norma sosial
- i. Membantu membentuk selera
- j. Mempengaruhi nilai-nilai yang kurang teguh dianut dan menyalurkan sikap yang lebih kuat.
- k. Membantu berbagi jenis pendidikan dan pelatihan.

#### **4. Studi Inkeles dan Smith**

Studi kedua ahli ini berjudul *Becoming Modern: Individual Change in Six Developing Countries* pada tahun 1962 hingga tahun 1964, yang memusatkan perhatiannya pada tingkat

individual. Pada pokoknya, Inkeles dan Smith mempertanyakan (1) apa sebab yang ditimbulkan oleh modernisasi terhadap sikap, nilai, dan pandangan hidup seseorang, dan (2) apakah negara-negara berkembang akan memiliki sikap hidup yang lebih modern dibanding masa sebelumnya, kalau negara tersebut berinteraksi dengan negara barat yang telah lebih dahulu memiliki sikap dan pandangan hidup modern. Temuan studi mereka tersebut mengemukakan bahwa ciri-ciri manusia modern diantaranya adalah:

- Terbuka kepada pengalaman baru, artinya selalu berkeinginan untuk mencari atau menemukan sesuatu yang baru.
- Semakin tidak tergantung (independen) kepada berbagai bentuk kekuasaan tradisional seperti suku, raja, dan sebagainya.
- Percaya terhadap ilmu pengetahuan dan kemampuannya menaklukkan alam.
- Berorientasi mobilitas dan ambisi hidup yang lebih tinggi serta memiliki hasrat untuk meniti tangga karir dan prestasi.
- Memiliki rencana jangka panjang dan selalu merencanakan sesuatu jauh ke depan dan memikirkan apa yang akan dicapai.
- Berperan aktif dalam percaturan politik, yang ditandai dengan bergabungnya dalam berbagai organisasi, baik yang bersifat kekeluargaan maupun yang lebih luas serta berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat setempat di mana ia berada.

Kesimpulan dari studi Inkeles dan Smith terkait pula dengan pertumbuhan ekonomi, yakni bahwa institusi permodernan seperti media massa dan sekolah telah menciptakan manusia modern yang dapat mengisi peran karir di berbagai institusi modern yang diperlukan untuk pertumbuhan ekonomi. Meskipun pendidikan merupakan variabel yang paling dekat korelasinya dengan kemodernan di tingkat individual, makna yang sama juga berlaku pada media massa.

## 5. Studi Rogers dan Shoemaker

Rogers dan Shoemaker mengemukakan Teori Difusi Inovasi. Teori ini mengkaji pesan-pesan berupa ide-ide ataupun gagasan-gagasan yang baru, yang menyebabkan terjadinya perubahan sosial. Difusi inovasi sebagai suatu gejala kemasyarakatan berlangsung seiring dengan perubahan sosial yang terjadi, dan perubahan sosial pun memotivasi orang untuk menemukan dan menyebarkan hal-hal yang baru. Kehadiran inovasi ke tengah suatu sistem sosial terutama karena terjadinya komunikasi antar anggota suatu masyarakat ataupun antara suatu masyarakat dengan masyarakat yang lain. Melalui saluran-saluran komunikasi terjadi pengenalan, pemahaman, penilaian, yang kelak akan menghasilkan penerimaan ataupun penolakan terhadap suatu inovasi. Masyarakat yang menerima suatu inovasi tidak terjadi secara serempak. Ada yang memang sudah menanti kedatangannya, karena menyadari adanya kebutuhan dan ada yang baru menerima setelah meyakini benar keuntungan-keuntungan inovasi bahkan ada pula yang tetap bertahan atau menolak inovasi yang bersangkutan.

Menurut Roger dan Shoemaker (dalam Nasution, 2007), masyarakat yang menerima inovasi dikelompokkan ke dalam beberapa golongan, sebagai berikut:

- Inovator, yaitu mereka yang memang sudah pada dasarnya menyenangi hal-hal yang baru, dan rajin melakukan percobaan-percobaan.
- Penerima dini (*early adopters*), yaitu orang-orang yang berpengaruh, tempat teman-teman sekelilingnya memperoleh informasi, dan merupakan orang-orang yang lebih maju dibanding orang sekitarnya.
- Mayoritas dini (*early majority*), yaitu orang-orang menerima suatu inovasi selangkah lebih dahulu dari rata-rata kebanyakan orang lainnya.
- Mayoritas belakangan (*late majority*), yakni orang-orang yang baru bersedia menerima suatu inovasi apabila menurut penilaiannya semua orang sekelilingnya sudah menerima.

- *Leggards*, yaitu lapisan yang paling akhir menerima suatu inovasi.

Dikemukanya pula bahwa dalam menerima suatu inovasi, biasanya seseorang akan melalui sejumlah tahapan, sebagai berikut:

- Tahap Pengetahuan. Tahap ketika seseorang sadar, tahu, bahwa ada sesuatu inovasi.
- Tahap Bujukan. Tahap ketika seseorang sedang mempertimbangkan atau sedang membentuk sikap terhadap inovasi yang telah diketahuinya tadi, apakah ia menyukainya atau tidak.
- Tahap Putusan. Tahap ketika seseorang membuat putusan apakah menerima atau menolak inovasi yang dimaksud.
- Tahap Implementasi. Tahap ketika seseorang melaksanakan keputusan yang telah dibuatnya mengenai sesuatu inovasi.
- Tahap Pemastian. Tahap ketika seseorang memastikan atau mengkonfirmasi putusan yang telah diambilnya tersebut.

Suatu inovasi biasanya terdiri dari dua komponen, yakni komponen ide dan komponen objek (aspek material atau produk fisik dari ide tadi). Setiap inovasi memiliki komponen ide, namun banyak juga yang tidak mempunyai rujukan fisik. Penerimaan terhadap suatu inovasi yang memiliki kedua komponen tersebut memerlukan adopsi berupa tindakan (*action*), sedangkan untuk inovasi yang hanya mempunyai komponen ide, pada hakikatnya penerimaannya lebih merupakan suatu putusan simbolik.

## **F. Pendekatan dalam Komunikasi Pembangunan**

Menurut Nasution (2007), para ahli telah mengembangkan beberapa Pendekatan terhadap komunikasi dan pembangunan, yaitu :

Dissayanake (1981), menggambarkan pembanguna sebagai proses perubahan sosial yang bertujuan meningkatkan kualitas hidup dari seluruh atau mayoritas masyarakat tanpa merusak lingkungan

alam dan cultural tempat mereka berada, dan berusaha melibatkan sebanyak mungkin anggota masyarakat dalam usaha ini dan menjadikan mereka penentu dari tujuan mereka sendiri. Ia mengelompokkan komunikasi pembangunan sebagai berikut:

### **Pendekatan 1**

Pada akhir 50an dan selama tahun 60an, pendekatan inilah yang dominan. Pendekatan ini menekankan pada pertumbuhan ekonomi yang cepat melalui industrialisasi. Ketika itu diyakini bahwa akumulasi modal melalui mekanisme tabungan dan investasi merupakan mesin penggerak pembangunan. Karena itu penekanannya dititikberatkan pada industri berat, teknologi-teknologi padat modal, dan urbanisasi. Para ahli tersebut berpendapat bahwa media massa dapat menciptakan iklim yang kondusif bagi terlaksananya pembangunan. Tetapi kemudian pendekatan ini dirasa tidak memenuhi harapan. Dan mengajuka kritik antara lain:

1. Pendekatan ini dinilai etnosentrik.
2. Pendekatan ini telah menempatkan suatu pandangan sejarah yang unlinear yang berkaitan dengan butir pertama dia atas.
3. Pendekatan ini berkonsentrasi hanya pada faktor-faktor endongen dalam pembangunan.
4. Pendekatan ini memberi tekanan yang amat besar pada individual.

### **Pendekatan 2**

Pengalaman dengan pendekatan I tadi mendorong para ahli komunikasi untuk membentuk strategi baru, dan berusaha menjawab permasalahan pokok berikut ini:

1. Bagaimana caranya agar dengan melaksanakan pembangunan dapat dicapai suatu keadilan yang distributive.
2. Bagaimana gar ide-ide kemandirian, pengelolaan sendiri, pembangunan sendiri, dan partisipasi rakyat dapat dipenuhi.
3. Bagaimana agar media komunikasi yang lama dan yang baru dapat secara purposive diterpadukan?
4. Seampuh apakah kebudayaan dapat dijadikan suatu sekutu da pembantu pembangunan?

5. Bagaimana agar seseorang dapat menyusun suatu model komunikasi pembangunan yang lebih sadar sejarah dan spesifik untuk suatu masyarakat?
6. Bagaimana agar seseorang dapat mempertimbangkan faktor-faktor structural yang menghambat pembangunan?

### **Pendekatan 3**

Menurut pendekatan ini peran komunikasi dalam pembangunan adalah:

1. Pendidikan
2. Strategi komunikasi hendaklah memobilisasi dukungan bagi penataan kembali masyarakat secara structural.
3. Tekanan pada saluran komunikasi antarpribadi.

### **Pendekatan 4**

Pendekatan ini ditandai dengan penekanan yang eksplisit pada gagasan untuk mengandalkan kemampuan diri sendiri. Selain itu, pendekatan ini juga sedang menyusun bentuk secara utuh ini mencerminkan keinginan untuk secara strategic memadukan sejumlah ide yang berkaitan dengan pembangunan yang tumbuh belakangan ini. Adapun ide yang dimaksud adalah:

1. Memaksimalkan partisipasi rakyat
2. Memulai dan mendasarkan pembangunan pada masyarakat yang paling bawah.
3. Pembangunan desa secara terpadu
4. Penggunaan teknologi tepat guna
5. Pemenuhan sejumlah kebutuhan dasar.

Sementara itu, berkaitan dengan tingkat analisisnya, Hedebro (dalam Nasution, 2007) mengidentifikasi tiga aspek pendekatan komunikasi dalam pembangunan, yakni:

1. Pendekatan yang berfokus pada pembangunan suatu bangsa, dan bagaimana media massa dapat menyumbang dalam upaya tersebut. Di sini, politik dan fungsi-fungsi media massa dalam pengertian yang umum merupakan objek studi, sekaligus masalah-masalah yang menyangkut struktur organisasional dan kepemilikan, serta kontrol terhadap



media. Untuk studi-studi jenis ini, sekarang digunakan istilah kebijakan komunikasi, dan merupakan pendekatan yang paling luas dan bersifat general (umum).

2. Pendekatan yang juga dimaksudkan untuk memahami peranan media massa dalam pembangunan nasional, namun jauh lebih spesifik. Media dilihat sebagai pendidik atau guru, idenya adalah bagaimana media massa dapat dimanfaatkan untuk mengajarkan kepada masyarakat bermacam keterampilan, dan dalam kondisi tertentu mempengaruhi sikap mental dan perilaku mereka. Persoalan utama dalam studi jenis ini adalah, bagaimana media massa dapat digunakan secara paling efisien untuk mengajarkan pengetahuan tertentu bagi masyarakat suatu bangsa.
3. Pendekatan yang berorientasi kepada perubahan yang terjadi pada suatu komunitas lokal atau desa. Konsentrasinya adalah pada memperkenalkan ide-ide baru, produk dan cara-cara baru, dan penyebarannya di suatu desa atau wilayah. Studi jenis ini mendalami bagaimana aktivitas komunikasi dapat dipakai untuk mempromosikan penerimaan yang luas akan ide-ide dan produk baru.

## **G. Teori-Teori Komunikasi Pembangunan**

Berikut ini beberapa teori komunikasi pembangunan yang dikembangkan oleh para ahli, diantaranya adalah :

### **1. Teori Penetrasi Sosial**

Altman & Taylor (1973) menjelaskan proses terjadinya pembangunan dalam konteks hubungan interpersonal secara bertahap dalam pertukaran sosial. Tahapan itu antaranya;

- a. *Artificial level*, yaitu tahapan memulai hubungan. Bahwa manusia mempunyai kemampuan tertentu untuk memulai hubungan yang pada tahapan ini informasi yang kita dapatkan dari orang lain antara lain, nama, usia, alamat, status dan lain-lain.

b. *Intimate level*, yaitu tahapan hubungan yang mengarah kepada hubungan yang lebih mendalam sehingga dapat menentukan status hubungan tersebut. Pada level ini kita telah mempunyai informasi yang lebih lengkap, antaranya hobi, hal yang tidak disukai, hal yang ditakuti, kebiasaan dan lain sebagainya.

c. *Very intimate level*, yaitu tahapan hubungan intim yang sudah lama dan informasi sudah banyak kita dapatkan. Pada tahapan ini biasanya akan terbentuk negosiasi-negosiasi atas informasi yang kita dapatkan, misalnya kita membiasakan diri dengan kebiasaan orang lain itu. Menurut Altman & Taylor (1973), level-level tersebut dalam proses intensitas waktunya berbeda-beda tiap orangnya tergantung faktor kepribadian komunikator-komunikate, faktor lingkungan dan faktor sosial-budaya.

## **2. Teori kebutuhan (*Need*)**

Manusia pada dasarnya mempunyai kebutuhan (*need*) yang dapat merangsang dan mempengaruhi tindakan manusia. Teori *need* dikembangkan oleh Mc.Clelland dan Murray. Menurut Murray, komunikasi merupakan kebutuhan manusia sebagai cara untuk mencapai (*instrumental*) keberlangsungan hidup (*survive*). Apalagi manusia sebagai makhluk sosial (*social-anima*) membutuhkan orang lain untuk bertahan hidup. Contoh, jika kita memerlukan makan maka kita pasti membutuhkan orang lain, baik untuk mengadakan makanan secara langsung maupun menyediakan bahan makanan yang lain. Kebutuhan inilah yang merangsang manusia untuk menyampaikan pesan kepada orang lain bahwa ia membutuhkan sesuatu untuk mempertahankan hidupnya.

## **3. Teori Neurobiologis**

Secara faali, manusia mempunyai proses biologis yang mempengaruhi proses komunikasi manusia. Proses itu melibatkan proses yang terjadi di syaraf-syaraf manusia (*neuron*). Syaraf manusia terdiri atas dendrit, soma dan axon. Dendrit berfungsi sebagai penerima perintah dari otak untuk menyampaikan informasi

(*transmitter*). Kemudian dendrite akan meneruskan perintah kepada soma yang diterimanya namun masih secara mentah (*receiver*). Selanjutnya informasi ini akan diterjemahkan dan ditanggapi oleh axon sebagai inti syaraf (*decoder*). Disamping itu, Richard Dawkins (1976) mempunyai penelitian tentang proses transformasi kultural yang dilakukan oleh daya kognitif yang ditentukan oleh memes. Memes inilah yang mempengaruhi DNA manusia sehingga mempunyai sifat-sifat tertentu dalam kepribadiannya. Bahkan kadang kala memes ini berfungsi sebagai kontak radar untuk menentukan evaluasi (dalam proses komunikasi intrapersonal) terhadap orang lain. Sebagai contoh pertanyaan untuk merangsang proses berpikir mengenai keberadaan memes ini ialah “Mengapa kita tidak menyukai suatu makanan tanpa merasakan terlebih dahulu?”

#### **4. Teori Difusi Inovasi**

Menurut Rogers dan Shoemaker (1971), studi difusi mengkaji pesan-pesan berupa ide-ide ataupun gagasan-gagasan baru. Pada masyarakat yang sedang membangun seperti di negara-negara berkembang, penyebarserapan (difusi) inovasi terjadi terus menerus dari suatu tempat ke tempat yang lain. Difusi inovasi sebagai suatu gejala kemasyarakatan berlangsung berbarengan dengan perubahan sosial yang terjadi. Berlangsungnya suatu perubahan sosial, diantaranya disebabkan diperkenalkannya ataupun dimasukkannya hal-hal, gagasan-gagasan, dan ide-ide baru. Hal-hal yang baru tersebut dikenal sebagai inovasi. Masuknya inovasi ke tengah suatu sistem sosial terutama karena terjadinya komunikasi antaranggota suatu masyarakat, ataupun antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya. Dengan demikian, komunikasi merupakan faktor yang penting dalam pembentika sebuah inovasi. Dalam proses penyebarserapan inovasi terdapat unsure-unsur yang terdiri dari suatu inovasi, yang dikomunikasikan melalui saluran tertentu, dalam suatu jangka waktu, dan diantara para anggota suatu sistem sosial. Dalam pandangan masyarakat yang menjadi klie dalm penyebarserapan inovasi, ada lima atribut yang menandai setiap gagasan ataupun cara-cara baru yang dimaksud, yaitu: keuntungan-keuntungan relative, keserasian, kerumitan, dapat dicobakan, dan dapat dilihat. Masyarakat yang menghadapi penyebarserapan inovasi dikelompokkan dalam beberapa golongan yaitu : innovator,

penerima dini, mayoritas dini, mayoritas belakangan, dan laggard. Dalam penerimaan suatu inovasi, biasanya seseorang melalui sejumlah tahapan, yaitu: tahap pengetahuan, tahap bujukan, tahap putusan, tahap implementasi, dan tahap pemastian.

## **5. Teori Depedensi (Ketergantungan)**

Teori ini berpendapat bahwa kemiskinan dan keterbelakangan yang terjadi di negara-negara Dunia Ketiga bukan disebabkan oleh faktor internal di negara tersebut, namun lebih banyak ditentukan oleh faktor eksternal dari luar negara Dunia Ketiga itu. Faktor luar yang paling menentukan keterbelakangan negara Dunia Ketiga adalah adanya campur tangan dan dominasi negara maju pada laju pembangunan di negara Dunia Ketiga. Dengan campur tangan tersebut, maka pembangunan di negara Dunia Ketiga tidak berjalan dan berguna untuk menghilangkan keterbelakangan yang sedang terjadi, namun semakin membawa kesengsaraan dan keterbelakangan. Keterbelakangan jilid dua di negara Dunia Ketiga ini disebabkan oleh ketergantungan yang diciptakan oleh campur tangan negara maju kepada negara Dunia Ketiga. Jika pembangunan ingin berhasil, maka ketergantungan ini harus diputus dan biarkan negara Dunia Ketiga melakukan roda pembangunannya secara mandiri.

Asumsi dasar teori ini menyatakan bahwa :

- Keadaan ketergantungan dilihat dari satu gejala yang sangat umum, berlaku bagi seluruh negara dunia ketiga. Teori dependensi berusaha menggambarkan watak-watak umum keadaan ketergantungan di Dunia Ketiga sepanjang perkembangan kapitalisme dari Abad ke-16 sampai sekarang
- Ketergantungan dilihat sebagai kondisi yang diakibatkan oleh “faktor luar”, sebab terpenting yang menghambat pembangunan karenanya tidak terletak pada persoalan kekurangan modal atau kekurangan tenaga dan semangat wiraswasta, melainkan terletak pada diluar jangkauan politik ekonomi dalam negeri suatu negara. Warisan sejarah kolonial dan pembagian kerja internasional yang timpang bertanggung jawab terhadap kemandekan pembangunan negara Dunia Ketiga

- Permasalahan ketergantungan lebih dilihatnya sebagai masalah ekonomi, yang terjadi akibat mengalir surplus ekonomi dari negara Dunia Ketiga ke negara maju. Ini diperburuk lagi karena negara Dunia Ketiga mengalami kemerosotan nilai tukar perdagangan relatifnya.
- Situasi ketergantungan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari proses polarisasi regional ekonomi global. Disatu pihak, mengalirnya surplus ekonomi dari Dunia Ketiga menyebabkan keterbelakangannya, satu faktor yang mendorong lajunya pembangunan dinegara maju.
- Keadaan ketergantungan dilihatnya sebagai suatu hal yang mutlak bertolak belakang dengan pembangunan. Bagi teori dependensi, pembangunan di negara pinggiran mustahil terlaksana. Sekalipun sedikit perkembangan dapat saja terjadi dinegara pinggiran ketika misalnya sedang terjadi depresi ekonomi dunia atau perang dunia. Teori dependensi berkeyakinan bahwa pembangunan yang otonom dan berkelanjutan hampir dapat dikatakan tidak mungkin dalam situasi yang terus menerus terjadi pemindahan surplus ekonomi ke negara maju.

Lahirnya teori dependensi ini dipengaruhi dan merupakan jawaban atas krisis teori Marxis ortodoks di Amerika Latin. Menurut pandangan Marxis ortodoks, Amerika Latin harus mempunyai tahapan revolusi industri “borjuis” sebelum melampaui revolusi sosialis proletar. Namun demikian Revolusi Republik Rakyat Cina (RRC) tahun 1949 dan revolusi Kuba pada akhir tahun 1950-an mengajarkan pada kaum cendekiawan, bahwa negara dunia ketiga tidak harus mengikuti tahapan-tahapan perkembangan tersebut. Tertarik pada model pembanguan RRC dan Kuba, banyak intelektual radikal di Amerika Latin berpendapat, bahwa negara-negara Amerika Latin dapat saja langsung menuju dan berada pada tahapan revolusi sosialis.

Teori-teori mengenai ketergantungan dan keterbelakangan telah digambarkan dalam studi-studi yang dilakukan Celso Furtado, Andre Gunder Frank, Theotonio Dos Santos, Fernando Henrique Cardoso dan lain-lain. Pada umumnya mereka itu membahas secara serius masalah colonial yang secara historis membekas pada pertumbuhan di negara-negara Amerika Latin,

Afrika dan Asia. Menurut mereka, kecuali dengan suatu pengenalan yang eksplisit akan konsekuensi hubungan tersebut, maka mustahil dapat diperoleh suatu pengertian yang akurat mengenai situasi yang sekarang di negara-negara tersebut. Dengan kata lain bahwa keterbelakangan yang ada sekarang ini merupakan konsekuensi masa penjajahan yang telah dialami oleh negara-negara baru.

Proses keterbelakangan yang melanda negara-negara baru, menurut Furtado (dalam Nasution, 2007) meliputi tiga tahapan historis yang terdiri atas :

1. *Tahap keuntungan-keuntungan komparatif.* Selama periode seusai revolusi industri, ketika system divisi tenaga kerja internasional diciptakan dan ekonomi dunia distrukturkan, negara-negara industri pada umumnya menspesialisasikan diri pada kegiatan-kegiatan yang ditandai dengan kemajuan teknik yang menyebar.
2. *Tahap substitusi impor.* Terbentuknya suatu kelompok social kecil dengan keistimewaan (*privileges*) dikalangan bangsa-bangsa yang terbelakang menimbulkan suatu keharusan untuk mengimpor sejumlah barang-barang tertentu guna memenuhi pola konsumsi yang telah diadopsi kelompok ini dalam meniru bangsa yang kaya.
3. *Tahap berkembangnya perusahaan multi-nasional (PMN).* Timbulnya PMN telah menjadi suatu fenomena terpenting dalam tatanan ekonomi internasional, karena transaksi internal yang dilakukan oleh PMN telah mengambil alih operasi pasar yang ada selama ini.

## **H. Rangkuman**

Komunikasi pembangunan adalah proses sosialisasi dan diseminasi program-program pembangunan kepada masyarakat dengan menggunakan sejumlah media yang tepat, akurat dan relevan dengan tujuan pembangunan itu sendiri. Dalam komunikasi pembangunan melibatkan sekurang-kurangnya 3 (tiga) komponen komunikasi yaitu : Komunikator (pemerintah atau masyarakat), Pesan pembangunan (program-program pembangunan), dan Komunikan (masyarakat luas yang menjadi objek dan sasaran pembangunan).

Komunikasi pembangunan memiliki peran dan fungsi yang strategis, yaitu : membuka wawasan dan cakrawala berpikir masyarakat, pemberdayaan masyarakat melalui program-program peningkatan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat. Disamping itu, komunikasi pembangunan juga dapat berfungsi sebagai media informasi, pengambilan keputusan dan mendidik masyarakat.

Beberapa model komunikasi pembangunan diantaranya adalah model linear, model relational dan model konvergen. Adapun teori-teori komunikasi pembangunan yang dikembangkan oleh para ahli seperti : teori pertukaran sosial, teori kebutuhan, teori neurobiologis, teori difusi-inovasi dan teori ketergantungan.

### **I. Latihan**

1. Apa yang Anda ketahui dari komunikasi pembangunan? Jelaskan.
2. Jelaskan peran dan fungsi komunikasi dalam pembangunan?
3. Menurut Anda, apa tujuan dan sasaran pembangunan di Indonesia? Uraikan.
4. Bagaimana upaya pemerataan program pembangunan? Jelaskan langkah-langkahnya.
5. Menurut Anda, bagaimana upaya memaksimalkan media komunikasi dalam mendorong laju pertumbuhan dan pemberdayaan masyarakat? Uraikan dengan jelas.
6. Apa yang menyebabkan kesenjangan dan ketimpangan dalam program pembangunan masyarakat? Ungkapkan analisis Anda dengan kasus-kasus yang relevan.
7. Sebutkan salah satu contoh program pembangunan dalam perspektif teori difusi-inovasi. Berikan contoh kasusnya.
8. Apa yang Anda ketahui dari kebijakan pembangunan yang *top-down* dan *bottom up*? Berikan contohnya.
9. Menurut Anda, model komunikasi pembangunan seperti apa yang tepat untuk menggambarkan program nasional pemberdayaan masyarakat (PNPM)? Jelaskan alasannya.

10. Menurut Anda, masalah apa yang mendesak dalam pembangunan yang memerlukan penanganan serius? Bagaimana menurut Anda solusinya? Uraikan dengan lengkap.



## BAB XIV

### GENDER DAN KOMUNIKASI

#### A. Standar Kompetensi

1. Mahasiswa dapat memahami konsep dan karakteristik gender dalam hubungannya dengan komunikasi.
2. Mahasiswa dapat memahami teori-teori yang berhubungan dengan gender dan komunikasi.
3. Mahasiswa dapat menguasai ketrampilan berkomunikasi verbal dan nonverbal dalam proses interaksi dengan memperhatikan dan mempertimbangkan aspek-aspek gender di dalamnya.

#### B. Pengertian Gender

Konsep gender berbeda dari [seks](#) atau [jenis kelamin](#) (laki-laki dan perempuan) yang bersifat [biologis](#), walaupun dalam pembicaraan sehari-hari seks dan gender dapat saling dipertukarkan. Ilmu bahasa ([linguistik](#)) juga menggunakan istilah gender (alternatif lain adalah genus) bagi pengelompokan [kata benda](#) (nomina) dalam sejumlah bahasa. Banyak bahasa, yang terkenal dari [rumpun bahasa Indo-Eropa](#) (contohnya [bahasa Spanyol](#)) dan [Afroasiatik](#) (seperti [bahasa Arab](#)), mengenal kata benda "maskulin" dan "feminin" (beberapa juga mengenal kata benda "netral"). ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)).

Gender juga sering dipahami sebagai pemberian dari Tuhan atau kodrat Ilahi, padahal gender tidak semata-mata demikian. Secara etimologis kata 'gender' berasal dari bahasa Inggris yang berarti 'jenis kelamin' (Echols dan Shadily, 1983). Kata 'gender' bisa diartikan sebagai 'perbedaan yang tampak antara laki-laki dan perempuan dalam hal nilai dan perilaku (Neufeldt ed., 1984). Secara terminologis, 'gender' bisa didefinisikan sebagai harapan-harapan budaya terhadap laki-laki dan perempuan (Lips, 1993).

Definisi lain tentang gender dikemukakan oleh Showalter (1989), yang menyatakan bahwa 'gender' adalah perbedaan laki-laki dan perempuan dilihat dari konstruksi sosial budaya. Oleh karena itu, menurut Umar (1999) gender bisa juga dijadikan sebagai konsep analisis yang dapat digunakan untuk menjelaskan sesuatu.

Pengertian yang lebih tegas disebutkan dalam *Women's Studies Encyclopedia* (Mulia, 2004) yang menyatakan bahwa gender adalah suatu konsep kultural yang dipakai untuk membedakan peran, perilaku, mentalitas, dan karakteristik emosional antara laki-laki dan perempuan yang berkembang dalam masyarakat.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa gender adalah suatu konstruksi budaya yang dianut oleh suatu masyarakat yang menempatkan status, peran dan fungsi laki-laki dan perempuan secara distingtif berbeda. Dengan kata lain, gender sendiri sesungguhnya bukan produk atau hasil bawaan dari lahir yang bersifat biologis, tapi lebih kepada hasil konstruksi budaya yang dipengaruhi oleh struktur masyarakat yang lebih luas. Disamping itu, gender juga bersifat temporer dan lokal. Dikatakan temporer, karena cara pandang ini bisa berubah dari waktu ke waktu dan tidak bersifat permanen. Sedangkan bersifat lokal, mengingat budaya satu masyarakat dengan budaya masyarakat lainnya berbeda, maka hasil konstruksi budaya tentang gender pun juga berbeda. Misalnya, seperti dilansir dari situs *Republika.com*, ada beberapa negara yang perempuannya mendominasi sistem kehidupan.

#### 1. Perempuan Kalash di Pakistan.

Tepatnya di wilayah Lembah Chitral, Utara Pakistan, terdapat sebuah komunitas masyarakat yang dikenal dengan sebutan Orang-Orang Kalash (Suku Kalash). Lebih dari ribuan tahun, para perempuan Kalash memiliki peranan penting dan sentral di dalam berbagai sektor kehidupan, dan sekaligus menciptakan perdamaian dan menyebarkan cinta-kasih di dalam masyarakat Lembah Chitral. Yang unik dari budaya Kalash, kaum perempuanlah yang memilih pasangannya, dan seandainya lelaki tersebut tidak membahagiakannya maka mereka bisa menceraikannya tanpa khawatir ditolak.

#### 2. Perempuan Meghalaya di India.

Kawasan di India ini dikenal menganut agama hindu. Kaum perempuan di Meghalaya memiliki segalanya, layaknya posisi kaum

lelaki di belahan dunia lain. Kaum perempuan Meghalaya berhak atas harta warisan dan menyandang nama keluarga, dan mengambil keputusan di dalam urusan rumah tangganya.

### 3. Perempuan Mosou di China.

Kaum perempuan ini hidup di kawasan Provinsi Yunnan dan Sichuan, yang berbatasan dengan Tibet. Sebuah etnis China yang dikenal dengan nama Kaum Mosou memiliki tradisi yang menarik berbeda dengan etnis-etnis di wilayah China. Sebuah tradisi yang menempatkan kaum perempuan setingkat di atas kaum lelakinya, bahkan tradisi mereka tidak mengenal dengan adanya pernikahan. Mereka dapat menentukan lelaki yang akan mendampingi, yang mereka anggap pantas atau sebaliknya untuk berada di dalam rumahnya.

### 4. Minangkabau di Indonesia.

Sumatera Barat yang terkenal dengan masyarakat Suku Minangkabau, memiliki tradisi budaya keibuan yang sangat kuat (matrilineal) di dunia. Ketika kaum lelakinya yang sejak usia tujuh tahun telah diperintahkan untuk tinggal dan besar di lingkungan surau untuk mempelajari agama, dan setelah dirasakan cukup dewasa, mereka pun dibiarkan untuk keluar dari wilayahnya untuk 'berpetualang'. Saat itulah peranan perempuan, terutama kaum ibu, sangat menonjol dalam berbagai sektor kehidupan mulai dari pendidikan hingga ekonomi, dan bukan bagi keluarganya saja melainkan bagi masyarakatnya.

### 5. Perempuan di Himalaya.

Kaum perempuan yang satu ini lebih unik lagi tradisinya dibandingkan dengan keempat sebelumnya. Kaum perempuan di kawasan dataran tinggi Himalaya, sebelah utara India, mengenal dan menjalankan praktik poliandri, yakni mereka dapat menikahi dua laki-laki secara periodik. Namun tradisi itu tidak berlangsung lama dan kondisinya malah berbalik ketika dikabarkan dua saudara laki-laki

dapat berbagi satu istri dalam satu atap pernikahan. Rumor mengatakan hal tersebut disebabkan kaum laki-laki Himalaya yang terancam dengan dominasi kaum perempuannya.

### **C. Teori-Teori Gender**

Secara khusus tidak ditemukan suatu teori yang membicarakan masalah gender. Teori-teori yang digunakan untuk melihat permasalahan gender ini diadopsi dari teori-teori yang dikembangkan oleh para ahli dalam bidang-bidang yang terkait dengan permasalahan gender, terutama bidang sosial kemasyarakatan dan kejiwaan. Karena itu teori-teori yang digunakan untuk mendekati masalah gender ini banyak diambil dari teori-teori sosiologi dan psikologi. Cukup banyak teori yang dikembangkan oleh para ahli, terutama kaum feminis, untuk memperbincangkan masalah gender, tetapi dalam kesempatan ini akan dikemukakan beberapa saja teori yang dianggap penting dan cukup populer. Menurut Megawangi (1999), teori-teori tentang gender, diantaranya:

#### **1. Teori Feminisme Liberal**

Teori ini berasumsi bahwa pada dasarnya tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan. Karena itu perempuan harus mempunyai hak yang sama dengan laki-laki. Meskipun demikian, kelompok feminis liberal menolak persamaan secara menyeluruh antara laki-laki dan perempuan. Dalam beberapa hal masih tetap ada pembedaan (*distinction*) antara laki-laki dan perempuan. Bagaimanapun juga, fungsi organ reproduksi bagi perempuan membawa konsekuensi logis dalam kehidupan bermasyarakat. Teori kelompok ini termasuk paling moderat di antara teori-teori feminisme. Pengikut teori ini menghendaki agar perempuan diintegrasikan secara total dalam semua peran, termasuk bekerja di luar rumah. Dengan demikian, tidak ada lagi suatu kelompok jenis kelamin yang lebih dominan. Organ reproduksi bukan merupakan penghalang bagi perempuan untuk memasuki peran-peran di sektor publik.

## **2. Teori Feminisme Marxis-Sosialis**

Feminisme ini bertujuan mengadakan restrukturisasi masyarakat agar tercapai kesetaraan gender. Ketimpangan gender disebabkan oleh sistem kapitalisme yang menimbulkan kelas-kelas dan *division of labour*, termasuk di dalam keluarga. Gerakan kelompok ini mengadopsi teori *praxis* Marxisme, yaitu teori penyadaran pada kelompok tertindas, agar kaum perempuan sadar bahwa mereka merupakan 'kelas' yang tidak diuntungkan. Proses penyadaran ini adalah usaha untuk membangkitkan rasa emosi para perempuan agar bangkit untuk merubah keadaan. Berbeda dengan teori sosial-konflik, teori ini tidak terlalu menekankan pada faktor akumulasi modal atau kepemilikan harta pribadi sebagai kerangka dasar ideologi. Teori ini lebih menyoroti faktor seksualitas dan gender dalam kerangka dasar ideologinya. Teori ini juga tidak luput dari kritikan, karena terlalu melupakan pekerjaan domestik. Marx dan Engels sama sekali tidak melihat nilai ekonomi pekerjaan domestik. Pekerjaan domestik hanya dianggap pekerjaan marjinal dan tidak produktif. Padahal semua pekerjaan publik yang mempunyai nilai ekonomi sangat bergantung pada produk-produk yang dihasilkan dari pekerjaan rumah tangga, misalnya makanan yang siap dimakan, rumah yang layak ditempati, dan lain-lain yang memengaruhi pekerjaan publik tidak produktif. Kontribusi ekonomi yang dihasilkan kaum perempuan melalui pekerjaan domestiknya telah banyak diperhitungkan oleh kaum feminis sendiri. Kalau dinilai dengan uang, perempuan sebenarnya dapat memiliki penghasilan yang lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki dari sektor domestik yang dikerjakannya.

## **3. Teori Feminisme Radikal**

Teori ini berkembang pesat di Amerika Serikat pada kurun waktu 1960-an dan 1970-an. Meskipun teori ini hampir sama dengan teori feminisme Marxis-

sosialis, teori ini lebih memfokuskan serangannya pada keberadaan institusi keluarga dan sistem patriarki. Keluarga dianggapnya sebagai institusi yang melegitimasi dominasi laki-laki (patriarki), sehingga perempuan tertindas. Feminisme ini cenderung membenci laki-laki sebagai individu dan mengajak perempuan untuk mandiri, bahkan tanpa perlu keberadaan laki-laki dalam kehidupan perempuan. Elsa Gidlow mengemukakan teori bahwa menjadi lesbian adalah telah terbebas dari dominasi laki-laki, baik internal maupun eksternal. Martha Shelley selanjutnya memperkuat bahwa perempuan lesbian perlu dijadikan model sebagai perempuan mandiri. Karena keradikalannya, teori ini mendapat kritikan yang tajam, bukan saja dari kalangan sosiolog, tetapi juga dari kalangan feminis sendiri. Tokoh feminis liberal tidak setuju sepenuhnya dengan teori ini. Persamaan total antara laki-laki dan perempuan pada akhirnya akan merugikan perempuan sendiri. Laki-laki yang tidak terbebani oleh masalah reproduksi akan sulit diimbangi oleh perempuan yang tidak bisa lepas dari beban ini.

#### **4. Teori Ekofeminisme**

Teori ekofeminisme muncul karena ketidakpuasan akan arah perkembangan ekologi dunia yang semakin bobrok. Teori ini mempunyai konsep yang bertolak belakang dengan tiga teori feminisme modern seperti di atas. Teori-teori feminisme modern berasumsi bahwa individu adalah makhluk otonom yang lepas dari pengaruh lingkungannya dan berhak menentukan jalan hidupnya sendiri. Sedang teori ekofeminisme melihat individu secara lebih komprehensif, yaitu sebagai makhluk yang terikat dan berinteraksi dengan lingkungannya. Menurut teori ini, apa yang terjadi setelah para perempuan masuk ke dunia maskulin yang tadinya didominasi oleh laki-laki adalah tidak lagi menonjolkan kualitas femininnya, tetapi justru menjadi *male clone* (tiruan laki-laki) dan masuk dalam perangkap sistem maskulin yang hierarkhis.

Masuknya perempuan ke dunia maskulin (dunia publik umumnya) telah menyebabkan peradaban modern semakin dominan diwarnai oleh kualitas maskulin. Akibatnya, yang terlihat adalah kompetisi, *self-centered*, dominasi, dan eksploitasi. Contoh nyata dari cerminan memudarnya kualitas feminin (cinta, pengasuhan, dan pemeliharaan) dalam masyarakat adalah semakin rusaknya alam, meningkatnya kriminalitas, menurunnya solidaritas sosial, dan semakin banyaknya perempuan yang menelantarkan anak-anaknya).

Sementara itu Suryadi dan Idris (2004), mengemukakan 3 (tiga) teori berkenaan dengan gender, yaitu :

#### 1. Teori Kodrat Alam

Menurut teori ini perbedaan biologis yang membedakan jenis kelamin dalam memandang gender. Teori ini dibagi menjadi dua yaitu:

1. Teori *Nature*. Teori ini memandang perbedaan gender sebagai kodrat alam yang tidak perlu dipermasalahkan.
2. Teori *Nurture*. Teori ini lebih memandang perbedaan gender sebagai hasil rekayasa budaya dan bukan kodrati, sehingga perbedaan gender tidak berlaku universal dan dapat dipertukarkan

#### 2. Teori kebudayaan

Teori ini memandang gender sebagai akibat dari konstruksi budaya. Menurut teori ini terjadi keunggulan laki-laki terhadap perempuan karena konstruksi budaya, materi, atau harta kekayaan. Gender itu merupakan hasil proses budaya masyarakat yang membedakan peran sosial laki-laki dan perempuan. Pemilahan peran sosial berdasarkan jenis kelamin dapat dipertukarkan, dibentuk dan dilatihkan.

### 3. Teori Fungsional Struktural

Berdasarkan teori ini munculnya tuntutan untuk kesetaraan gender dalam peran sosial di masyarakat sebagai akibat adanya perubahan struktur nilai sosial ekonomi masyarakat. Dalam era globalisasi yang penuh dengan berbagai persaingan peran seseorang tidak lagi mengacu kepada norma-norma kehidupan sosial yang lebih banyak mempertimbangkan faktor jenis kelamin, akan tetapi ditentukan oleh daya saing dan keterampilan.

#### D. Gender dan Komunikasi

Sebagai akibat adanya pemahaman tentang gender yang sudah melembaga, perbedaan antara laki-laki dan perempuan juga bisa ditunjukkan dari aspek komunikasi. Hal ini dibuktikan dari sejumlah penelitian para ahli tentang kecenderungan komunikasi perempuan yang dianggap khas yang berbeda laki-laki. Sekurang-kurangnya dilihat dari cara mereka menyampaikan sesuatu. Robin Lakoff (dalam Griffin, 2003) mencoba mengklasifikasikan keberaturan pembicaraan perempuan, dan membedakan antara *woman talk* dari *man talk*. Ia mengklaim bahwa percakapan perempuan mempunyai karakter sebagai berikut:

- a. Ditandai apologis.
- b. Pernyataan tidak langsung.
- c. Pertanyaan yang minta persetujuan
- d. Mengkualifikasikan.
- e. Perintah yang sopan.
- f. Menggunakan istilah *color*.
- g. Cenderung menghindari bahasa vulgar.
- h. Sedikit berbicara, banyak mendengarkan.

Sementara itu, penelitian Griffin (2003), yang berdasarkan pada refleksi personal, menemukan tiga pola perbedaan antara perempuan dan laki-laki sebagai berikut :

1. Ada lebih banyak persamaan antara laki-laki dan perempuan dari pada perbedaannya.
2. Ada variabilitas yang besar berkenaan gaya komunikasi antara laki dan perempuan. feminis vs maskulinitas.



### 3. Sex adalah fakta, gender sebagai gagasan.

Dalam pembahasan mengenai gender dan komunikasi, Griffin menyadur tiga buah pemikiran sebagai berikut: *Genderlect Styles* (dari Deborah Tannen); *Standpoint Theory* (dari Sandra Harding dan Julia Wood); dan *Muted Group Theory* (dari Cheri Kramarae).

#### 1. *Genderlect Styles*

Teori ini dikembangkan Deborah Tannen, (1984). Menurut teori ini, terdapat perbedaan percakapan yang terjadi antara pria-wanita dalam komunikasi Antarbudaya. Gaya percakapan maskulin dan feminim akan terlihat dengan jelas pada dua perbedaan budaya dibanding gaya inferior dan superior. Pembicaraan pria akan berfokus pada status dan independensi, sementara pembicaraan wanita berfokus pada hubungan kemanusiaan.

Deborah Tannent mendiskripsikan ketidakmengertian (*misunderstanding*) antara laki-laki dan perempuan berkenaan dengan fakta bahwa fokus pembicaraan perempuan adalah koneksitas, sementara laki-laki pada pelayanan status dan kemandiriannya.

Genderlect Styles membicarakan gaya bercakap-cakap- bukan apa yang dikatakan tetapi bagaimana menyatakannya. Tanent meyakini bahwa terdapat gap antara laki-laki dan perempuan, dikarenakan masing-masing berada pada posisi lintas budaya (*cross culture*), untuk itu perlu mengantisipasi berkenaan dengan gap itu. Kegagalan mengamati perbedaan gaya bercakap dapat membawa masalah yang besar.

Perbedaan-perbedaan itu terletak pada:

- a. Kecenderungan feminis versus maskulin, hal ini harus dipandang sebagai dua dialek yang berbeda: antara superior dan inerior dalam pembicaraan. Komunitas feminis – untuk membangun relationship; menunjukkan responsif. Komunitas maskulin – menyelesaikan tugas; menyatakan diri; mendapatkan kekuasaan.
- b. Perempuan berhasrat pada koneksi versus laki-laki berhasrat untuk status. Koneksi berhubungan erat dengan kedekatan, status berhubungan erat dengan kekuasaan (*power*).

- c. *Raport talk versus report talk*. Perbedaan budaya linguistik berperan dalam menstruktur kontak verbal antara laki-laki dan perempuan. *Raport talk* adalah istilah yang digunakan untuk menilai obrolan perempuan yang cenderung terkesan simpatik. *Report talk* adalah istilah yang digunakan menilai obrolan laki-laki yang cenderung apa adanya, pokoknya sampai. Berkenaan dengan kedua nilai ini, Tannen menemukan temuan-temuan yang terkategorikan sebagai berikut:
1. *Publik speaking versus private speaking*, dalam kategori ini ditemukan bahwa perempuan lebih banyak bicara pada pembicaraan pribadi. Sedangkan laki-laki lebih banyak terlibat pembicaraan publik, laki-laki menggunakan pembicaraan sebagai pernyataan fungsi perintah; menyampaikan informasi; meminta persetujuan. Menurut Tannen, wanita berbicara banyak pada pembicaraan pribadi, sementara pria berbicara lebih banyak dari wanita dalam pembicaraan publik.
  2. *Telling story*, cerita-cerita menggambarkan harapan-harapan, kebutuhan-kebutuhan, dan nilai-nilai si pencerita. Pada kategori ini laki-laki lebih banyak bercerita dibanding perempuan-khususnya tentang guyonan. Cerita guyonan merupakan suatu cara maskulin menegosiasikan status. Dalam *telling story*, pria cenderung membicarakan status dibanding wanita, terutama joke. Menceritakan joke adalah bagian dari pria dalam menegosiasikan status. Sementara, *telling story* wanita cenderung pada komunitas mereka.
  3. *Listening*, perempuan cenderung menjaga pandangan, sering manggut, berguman sebagai penanda ia mendengarkan dan menyatakan kebersamaannya. Laki-laki dalam hal mendengarkan berusaha mengaburkan kesan itu-sebagai upaya menjaga statusnya. Dalam mendengarkan, wanita cenderung melakukan kooperatif terhadap pembicaraan, sementara

pria cenderung kompetitif dalam pembicaraan.

4. *Asking questions*, ketika ingin bicara untuk menyela pembicara, perempuan terlebih dahulu mengungkapkan persetujuan. Tanent menyebutnya sebagai kooperatif-sebuah tanda raport simpatik daripada kompetitif. Pada laki-laki, interupsi dipandang oleh Tanent sebagai power-kekuasaan untuk mengendalikan pembicaraan. Dengan kata lain, pertanyaan dipakai oleh perempuan untuk memantapkan hubungan, juga untuk memperhalus ketidaksetujuan dengan pembicara, sedangkan laki-laki memakai kesempatan bertanya sebagai upaya untuk menjadikan pembicara jadi lemah. Wanita cenderung bertanya untuk membangun hubungan dengan lainnya, sementara pria cenderung bertanya untuk menyatakan bahwa ia respek dengan seseorang.
5. *Conflict*, perempuan memandang konflik sebagai ancaman dan perlu dihindari. Laki-laki biasanya memulai konflik namun kurang suka memeliharanya. Dalam memandang konflik, wanita cenderung memandang sebagai fashion, sementara pria memandangnya lebih comfortable.

## 2. *Standpoint Theory*

Teori ini dikembangkan oleh Sandra Harding dan Julia Wood. Mereka beranggapan bahwa laki-laki dan perempuan mempunyai perspektif terpisah, dan mereka tidak memandangnya sebagai sesuatu yang setara. Lokasi-lokasi yang berbeda dalam hirarkhi sosial mempengaruhi apa yang dilihat. Mereka beranggapan bahwa perempuan dan minoritas yang lainnya mempersepsi dunia secara berbeda daripada kelompok yang berkuasa.

Dalam teori ini, Harding dan Wood menggagas bahwa salah satu cara terbaik untuk mengetahui bagaimana keadaan dunia kita, yaitu dengan memulai penyelidikan kita dari standpoint kaum wanita dan kelompok-kelompok marginal lain. A standpoint adalah

sebuah tempat di mana kita memandang dunia di sekitar kita. Apapun tempat yang menguntungkan itu, lokasinya cenderung memfokuskan perhatian kita pada beberapa fitur dalam bentangan alam dan sosial dengan mengaburkan fitur-fitur lainnya. A standpoint bermakna sama dengan istilah viewpoint, perspective, outlook, atau position. Dengan catatan bahwa istilah-istilah ini digunakan dalam tempat dan waktu khusus, tetapi semuanya berhubungan dengan perilaku dan nilai-nilai. Standpoint kita mempengaruhi worldview kita.

Menurut Harding, ketika orang berbicara dari pihak oposisi dalam hubungan kekuasaan (*power relations*), perspektif dari kehidupan orang-orang yang tidak memiliki power, menyediakan pandangan yang lebih objektif daripada pandangan orang-orang yang memiliki kekuasaan. Yang menjadi fokus bahasannya adalah standpoint kaum wanita yang selama ini termarginalisasi.

George Hegel (filosof Jerman) menganalisis hubungan majikan-budak untuk menunjukkan apa yang orang tahu tentang diri mereka, orang lain, dan masyarakat berdasarkan di mana mereka menjadi bagian dalam kelompok itu. Majikan dan budak memiliki perspektif yang berbeda ketika keduanya menghadapi realitas yang sama. Namun ketika 'para tuan' membangun struktur masyarakat, mereka memiliki kekuasaan (power) untuk membuat perspektif yang mereka miliki juga dianut oleh orang-orang dari kelompok yang lain. Referensi berikutnya adalah teori Karl Marx dengan konsep kaum borjuis dan proletarian serta 'class struggle'. Para feminis mengganti konsep proletarian dengan kaum wanita, dan mengganti perjuangan kelas dengan 'gender discrimination'. George Herbert Mead menggagas bahwa kebudayaan (culture) dianut oleh manusia lewat komunikasi. Dengan menggunakan gambaran prinsip symbolic interactionism, Wood menyatakan bahwa gender lebih merupakan sebuah konstruksi budaya daripada sebuah karakteristik biologis. Berdasarkan teori postmodernism, para feminis mengkritik kenyataan bahwa rasionalitas dan western science, didominasi oleh pria. Harding dan Wood menggambarkan semua teori berdasarkan pendekatan konflik di atas, tanpa membiarkan teori-teori itu membentuk atau mempengaruhi substansi pendekatan standpoint mereka.

Para ahli teori ini melihat perbedaan-perbedaan penting antara pria dan wanita. Untuk menggambarkan ini, Wood menggunakan teori relational dialectic tentang autonomy-

connectedness. Pria dianggap lebih otonom, sedangkan wanita dianggap lebih suka berhubungan dengan orang lain. Namun Wood melihat perbedaan seperti ini, serta perbedaan lain yang begitu luas antara pria dengan wanita, merupakan hasil dari cultural expectation serta perlakuan yang diterima pria dan wanita dari orang lain. Selain isu gender, Harding juga menekankan kondisi ekonomi, ras, orientasi seksual sebagai identitas kultural tambahan yang dapat membuat orang berada di tengah masyarakat atau menjadi orang yang terpinggirkan. Standpoint theory menekankan pentingnya social location karena mereka yakin bahwa orang yang berada di puncak societal hierarchy adalah orang-orang yang memiliki privilese untuk mendefinisikan apa dan bagaimana artinya ‘menjadi wanita’, atau ‘menjadi pria’, atau hal-hal lain, bagian dari budaya, yang dianut masyarakat.

Mengapa standpoint begitu penting? Karena, menurut Harding, kelompok sosial yang memiliki kesempatan untuk mendefinisikan problematika, konsep, asumsi, dan hipotesis yang penting dalam sebuah bidang ilmu, akan meninggalkan bekas sosialnya pada gambaran dunia yang berasal dari hasil penelitian dalam bidang itu. Penekanan Harding terletak pada local knowledge untuk menentang pernyataan bahwa traditional western science yang mengungkapkan ‘truth’, bebas nilai dan objektif. Harding dan para ahli standpoint theory lainnya bersikukuh bahwa tidak ada kemungkinan bagi terciptanya perspektif yang tanpa bias, yang tanpa ditunggangi kepentingan-kepentingan, impartial, bebas nilai, atau terlepas dari situasi sejarah tertentu.

Namun Harding dan Wood tidak menyatakan bahwa standpoint wanita atau kelompok minoritas lainnya, memberikan pandangan yang jelas akan sesuatu. Situated knowledge akan selalu parsial. Para ahli standpoint theory memelihara perspektif bahwa kelompok subordinat memberikan gambaran dunia yang lebih lengkap dan karenanya, lebih baik daripada gambaran yang diberikan oleh kelompok masyarakat yang terhormat.

Tinjauan yang Lebih Parsial dari Standpoint Wanita Harding menggunakan istilah strong objectivity untuk menyebut strategi memulai penelitian ini dari kehidupan wanita dan kelompok termarginalisasi lainnya yang kepentingan dan pengalamannya, biasanya diabaikan. Mengapa standpoint wanita dan kelompok lain yang termarginalisasi dapat menampilkan perspektif yang lebih menyeluruh, lebih tepat, atau lebih benar dibandingkan perspektif

pria yang berada pada posisi dominan? Wood menawarkan dua penjelasan. Pertama, orang-orang dengan status subordinat memiliki motivasi yang lebih besar untuk mengerti perspektif dari orang-orang dengan kekuasaan lebih. Alasan yang kedua, yaitu karena kelompok-kelompok ini biasanya dipinggirkan, maka mereka punya sedikit alasan untuk mempertahankan status quo. Menurut Harding, perspektif objektif dari kehidupan wanita adalah yang memberikan standpoint yang lebih disukai dalam melakukan proyek-proyek penelitian, hipotesis dan interpretasi.

Wood percaya bahwa kebudayaan itu sendiri harus direformasi dengan cara menjauhkan istilah caring terhadap afiliasi historisnya dengan wanita dan hubungan pribadi dan mendefinisikannya kembali sebagai hal yang penting dan merupakan bagian integral dari kehidupan publik kolektif kita.

Contoh lain tentang studi komunikasi yang berawal dari standpoint wanita adalah konsep *invitational rhetoric* yang diajukan oleh Sonja Foss dan Cindy Griffin. Foss dan Griffin mengajukan konsep *offering* sebagai pendekatan alternatif terhadap *rhetoric* yang merefleksikan kehidupan wanita. *Invitational rhetoric* adalah sebuah undangan untuk mengerti sebagai cara untuk menciptakan suatu hubungan yang berakar pada persamaan, nilai yang tetap ada, dan *self-determinism*. Dalam *offering*, orator mengatakan apa yang mereka ketahui dan mengerti. Mereka menghadirkan penglihatan mereka akan dunia dan menunjukkan bagaimana dunia terlihat dan bagaimana dunia mempengaruhi mereka.

*Standpoint* merupakan tempat dari mana melihat pemandangan dunia, apapun sudut pandangnya. Sinonim dari istilah ini adalah perspektif; *view point*, *out look*; dan sebagainya. Dasar filosofi teori ini adalah perjuangan kelas- seperti filsafati kaum proletar karya Karl Marx dan Friederich Engels. Sandra Harding dan Julia Wood menganjurkan harus ada perjuangan terhadap diskriminasi gender. Mereka tidak mencirikan perbedaan *gender* pada insting atau biologis atau intuisi, tetapi perbedaan itu sebagai hasil harapan-harapan budaya dan perlakuan kelompok dalam hal menerima kelompok yang lain. Budaya tidak dialami secara identik, budaya adalah aturan hirarkhi sehingga kelompok yang punya posisi cenderung menawarkan kekuasaan, kesempatan pada anggota-anggotanya. Dalam hal ini teori ini menyatakan bahwa perempuan terposisikan pada hirarkhi yang rendah dibanding posisi laki-laki.

Gender adalah sistem makna, sudut pandang melalui posisi dimana kebanyakan laki-laki dan perempuan dipisahkan secara lingkungan, material, simbolis.

### 3. *Muted Group Theory*

Teori ini dikembangkan oleh Cheri Kramarae. Berdasarkan analisis feminis, Cheri Kramarae memandang pembicaraan laki-laki dan perempuan sebagai pertukaran yang tidak setara antara mereka yang mempunyai kekuasaan di masyarakat dan yang tidak. Ia meyakini bahwa kurang bisanya mengartikulasikan diri/memperjuangkan diri dibanding laki-laki di *sector public*- sebab kata dalam bahasa dan norma-norma yang mereka gunakan itu telah dikendalikan laki-laki. Sepanjang pembicaraan perempuan sebagai tentatif dan sepele, posisi dominan laki-laki aman. Kramarae yakin bahwa kebisuan perempuan itu cenderung menipis, kontrol mereka dalam kehidupan kita akan meningkat.

Cheri Kramarae (dalam Sendjaja:1994) mengemukakan asumsi-asumsi dasar dari teori ini sebagai berikut:

- Perempuan menanggapi dunia secara berbeda dari laki-laki karena pengalaman dan aktivitasnya berbeda yang berakar pada pembagian kerja.
- Karena dominasi politiknya, sistem persepsi laki-laki menjadi lebih dominan, menghambat ekspresi bebas bagi pemikiran alternatif perempuan.
- Untuk dapat berpartisipasi dalam masyarakat, perempuan harus mengubah perspektif mereka ke dalam sistem ekspresi yang dapat diterima laki-laki.

Lebih jauh Kramarae (dalam Sendjaja:1994) mengemukakan sejumlah hipotesis mengenai komunikasi perempuan berdasarkan beberapa temuan penelitian.

1. Perempuan lebih banyak mengalami kesulitan dalam mengekspresikan diri dibanding laki-laki.
2. Perempuan lebih mudah memahami makna laki-laki daripada laki-laki memahami makna perempuan.
3. Perempuan telah menciptakan cara-cara ekspresinya sendiri di luar sistem laki-laki yang dominan.
4. Perempuan cenderung untuk mengekspresikan lebih banyak ketidakpuasan tentang komunikasi dibanding laki-laki.

5. Perempuan seringkali berusaha untuk mengubah aturan-aturan komunikasi yang dominan dalam rangka menghindari atau menentang aturan-aturan konvensional.
6. Secara tradisional perempuan kurang menghasilkan kata-kata baru yang populer dalam masyarakat luas; konsekuensinya, mereka merasa tidak dianggap memiliki kontribusi terhadap bahasa.
7. Perempuan memiliki konsepsi humoris yang berbeda dari pada laki-laki.

## E. Rangkuman

Gender adalah suatu konstruksi budaya yang dianut oleh suatu masyarakat yang menempatkan status, peran dan fungsi laki-laki dan perempuan secara distingtif berbeda. Perbedaan pemahaman mengenai gender ini bersifat lokal dan temporer. Karena itu, persoalan gender tidak bisa digeneralisasi untuk semua kasus di semua tempat.

Pemahaman gender yang sudah melembaga, khususnya di Indonesia telah melahirkan apa yang disebut dengan budaya patriarki. Budaya patriarki ini suatu konstruk pemahaman budaya yang menempatkan dan memposisikan perempuan sebagai *the second class*. Karena itu, tidak mengherankan, bila posisi dan peran perempuan hanya pada wilayah domestik. Ditambah dengan pemahaman agama yang “tidak utuh” acapkali memarginalkan peran perempuan di ruang publik.

Dari beberapa hasil studi dan penelitian yang dilakukan oleh para ahli menunjukkan adanya sisi-sisi perbedaan antara komunikasi perempuan dengan laki-laki. Seperti yang dilansir oleh Griffin, yang menyatakan bahwa ada 3 (tiga) teori yang dapat menjelaskan pola komunikasi perempuan yaitu : *Genderlect Styles* (dari Deborah Tannen); *Standpoint Theory* (dari Sandra Harding dan Julia Wood); dan *Muted Group Theory* (dari Cheri Kramarae).

## F. Latihan

1. Apa yang Anda ketahui dari konsep gender? Jelaskan.
2. Bagaimana upaya yang harus dilakukan dalam menumbuhkan kesadaran gender di Indonesia?



3. Menurut Anda, apakah kebijakan dan regulasi yang ada di Indonesia selama ini sudah pro gender? Jelaskan alasan Anda.
4. Apa Anda setuju jika perempuan jadi pemimpin? Kemukakan argumen Anda.
5. Buatlah suatu kasus atau contoh dengan menggunakan teori *Standpoint Theory*. Bagaimana komentar Anda dengan teori tersebut?
6. Penolakan perempuan di wilayah publik seringkali didasarkan atas nama ajaran agama. Apa komentar Anda?
7. Apakah Anda setuju dengan sistem kuota 30% keterwakilan perempuan seperti yang tertuang dalam UU Pemilu? Jelaskan alasan Anda secara logis.
8. Bagaimana upaya peningkatan keterwakilan perempuan di wilayah publik? Uraikan.
9. Bagaimana menurut ajaran Islam tentang konsep gender? Dukung dengan dalil yang tepat.
10. Jika gender adalah produk budaya, bagaimana langkah menumbuhkan kesadaran arti pentingnya kesetaraan gender melalui pendekatan budaya dan komunikasi?

## **BAB XV**

### **AFLIKASI TEORI DAN MODEL PENELITIAN KOMUNIKASI**

#### **A. Standar Kompetensi**

1. Mahasiswa dapat memahami model-model penelitian komunikasi dan aplikasi teori dalam kegiatan penelitian komunikasi.
2. Mahasiswa dapat menguasai teknik-teknik dan metodologi penelitian komunikasi berbasis pada teori.
3. Mahasiswa dapat memiliki ketrampilan dalam menyusun, merumuskan dan merancang penelitian komunikasi dengan aplikasi teori-teori komunikasi yang benar dan tepat.

#### **B. Prolog**

Pada pembahasan Bab ini, akan dijelaskan tentang beberapa model dan metodologi penelitian komunikasi berbasis pada aplikasi teori-teori komunikasi. Pembahasan tentang model dan aplikasi teori komunikasi tidak seluruhnya terangkum dalam pembahasan di bab ini terkait dengan hal-hal teknis. Hanya beberapa model penelitian saja, terutama model-model teori komunikasi yang terkait dengan bidang kajian Jurnalistik. Paling tidak, pengenalan terhadap beberapa model dan aplikasi teori ini bisa membantu mempermudah mahasiswa dalam mempersiapkan diri untuk menyusun rancangan penelitian sesuai dengan bidang keahliannya pada akhir masa studinya.

Dalam kaitan ini, akan dijelaskan beberapa model penelitian komunikasi berikut cara kerjanya yang bahan pembahasannya diadaptasi dari Petrus Andung (2013), yaitu : Analisis Isi, analisis wacana, analisis semiotik, analisis framing dan analisis kebijakan redaktur.

### C. Analisis Isi

Analisis isi (*Content Analysis*) adalah teknik penelitian untuk membuat inferensi – inferensi yang dapat ditiru (replicable), dan sah data dengan memperhatikan konteksnya. Analisis isi berhubungan dengan komunikasi atau isi komunikasi. Logika dasar dalam komunikasi, bahwa setiap komunikasi selalu berisi pesan dalam sinyal komunikasinya itu, baik berupa verbal maupun nonverbal. Sejauh ini, makna komunikasi menjadi amat dominan dalam setiap peristiwa komunikasi.

Sebenarnya analisis isi komunikasi amat tua umurnya, setua umur manusia. Namun, penggunaan teknik ini diintroduksikan di bawah nama analisis isi (*content analysis*) dalam metode penelitian tidak setua umur penggunaan istilah tersebut. Tuanya umur penggunaan analisis isi dalam praktik kehidupan manusia terjadi karena sejak ada manusia di dunia, manusia saling menganalisis makna komunikasi yang dilakukan antara satu dengan lainnya. Gagasan untuk menjadikan analisis isi sebagai teknik penelitian justru muncul dari orang seperti Bernard Berelson (1959). Ia telah menaruh banyak perhatian pada analisis isi.

Berelson mendefinisikan analisis isi dengan: *content analysis is a research technique for the objective, systematic, and quantitative description of the manifest content of communication*. Tekanan Berelson adalah menjadikan analisis isi sebagai teknik penelitian yang objektif, sistematis, dan deskripsi kuantitatif dari apa yang tampak dalam komunikasi. Kendatipun banyak kritik yang dapat kita sampaikan pada definisi Berelson sehubungan perkembangan analisis isi sampai hari ini, namun catatan mengenai objektif dan sistematis dalam menganalisis isi komunikasi yang tampak dalam komunikasi, menjadi amat penting untuk dibicarakan saat ini.

Analisis isi dapat di gunakan pada teknik kuantitatif maupun kualitatif, tergantung pada sisi mana peneliti memanfaatkannya. Dalam penelitian kualitatif, Analisis Isi ditekankan pada bagaimana peneliti melihat keajekan isi komunikasi secara kualitatif, pada bagaimana peneliti memaknakan isi

komunikasi, membaca simbol-simbol, memaknakan isi interaksi simbolis yang terjadi dalam komunikasi.

Karya-karya besar dalam penelitian kualitatif tentang penggunaan analisis isi seperti yang dilakukan oleh Max Weber dalam bukunya *The protestant ethic dan the spirit of capitalism*. Dalam karya ini Max Weber berusaha menentukan apa yang di maknakan dengan “*Spirit of capitalism*” terutapa dari apa yang di tulis oleh Benyamin Franklik. Namun, Weber lebih banyak bertitik tolak dari kasus-kasus konkret yang bertujuan untuk menciptakan tipe-tipe ideal (*ideal types*) dari sekadar menghasilkan suatu deskripsi objektif dan sistematis dari tulisan Franklin. Jadi, dalam menyifatkan “*Protestan ethic dan spirit of capitalism*”, maka Weber mengkaji isi tulisan Franklin secara ideal. Hal ini dilakukan dengan sengaja karena Weber tidak percaya bahwa realitas historis adalah seperti yang dideskripsikan dalam tipe-tipe ideal yang diciptakan, seperti *ascetism, rational organization of labour*, dan lainnya.

Selain itu penggunaan analisis isi tidak berbeda dengan penelitian kualitatif lainnya. Hanya saja, karena teknik ini dapat digunakan pada pendekatan yang berbeda (baik kuantitatif maupun kualitatif), maka penggunaan analisis isi tergantung pada kedua pendekatan itu. Penggunaan analisis isi untuk penelitian kualitatif tidak jauh berbeda dengan pendekatan lainnya. Awal mula harus ada fenomena komunikasi yang dapat diamati, dalam arti bahwa peneliti harus lebih dulu dapat merumuskan dengan tepat apa yang ingin diteliti dan semua tindakan harus didasarkan pada tujuan tersebut.

Langkah berikutnya adalah memilih unit analisis yang akan di uji, memilih objek penelitian yang menjadi sasaran analisis. Kalau objek penelitan berhubungan dengan data-data verbal (hal ini umumnya ditemukan dalam analisis isi), maka perlu disebutkan tempat, tanggal, dan alat komunikasi yang bersangkutan. Namun, kalau objek penelitian berhubungan dengan pesan-pesan dalam suatu media, perlu di lakukan identifikasi terhadap pesan dan media yang mengantarkan pesan itu.

Penggunaan analisis isi dapat dilakukan sebagaimana pual W.Missing melakukan studi tentang “*The Voice of America*”. Analisis isi didahului dengan melakukan coding terhadap istilah-

istilah atau penggunaan kata dan kalimat yang relevan, yang paling banyak muncul dalam media komunikasi. Dalam hal pemberian coding, perlu juga di catat konteks mana istilah itu muncul. Kemudian, dilakukan klasifikasi terhadap coding yang telah dilakukan. Klasifikasi dilakukan dengan melihat sejauh mana satuan makna berbungan dengan tujuan penelitian. Klasifikasi ini dimaksudkan untuk membangun kategori dari setiap klasifikasi. Kemudian, satuan makna dan kategori dianalisis dan di cari hubungan satu dengan lainnya untuk menemukan makna, arti, dan tujuan isi komunikasi itu. Hasil analisis ini kemudian dideskripsikan dalam bentuk draf laporan penelitian sebagaimana umumnya laporan penelitian.

### **Beberapa Bentuk Klasifikasi**

Ada beberapa bentuk klasifikasi dalam analisis isi. Janis menjelaskan klasifikasi sebagai berikut:

1. Analisis isi pragmatis, dimana klasifikasi dilakukan terhadap tanda menurut sebab akibatnya yang mungkin. Misalnya, berapa kali suatu kata diucapkan yang dapat mengakibatkan munculnya sikap suka terhadap produk sikat gigi A.
2. Analisis isi semantik, di lakukan untuk mengklasifikasikan: tanda menurut maknanya. Analisis ini terdiri dari tiga jenis sebagai berikut:
  1. Analisis penunjukan (*designation*), menggambarkan frekuensi seberapa sering objek tertentu (orang, benda, kelompok, atau konsep) dirujuk.
  2. Analisis penyifatan (*attributions*), menggambarkan frekuensi seberapa sering karakterisasi dirujuk (misalnya referensi kepada ketidakjujuran, kenakalan, penipuan, dan sebagainya).
  3. Analisis pernyataan (*assertions*), menggambarkan frekuensi seberapa sering objek tertentu dikarakteristikan secara khusus. Analisis ini secara kasar di sebut analisis tematik. Contohnya, referensi terhadap perilaku nyontek di kalangan mahasiswa sebagai maling, pembohong dan sebagainya

3. Analisis sarana tanda (*sign-vehicle*), dilakukan untuk mengklasifikasi isi pesan melalui sifat psikofisik dari tanda, misalnya berapa kali kata cantik muncul, kata seks muncul.

Dalam penelitian kualitatif, penggunaan analisis isi lebih banyak ditekankan pada bagaimana simbol-simbol yang ada pada komunikasi itu terbaca dalam interaksi sosial, dan bagaimana simbol-simbol itu terbaca dan dianalisis oleh peneliti. Dan sebagaimana penelitian kualitatif lainnya, kredibilitas peneliti menjadi amat penting. Analisis isi memerlukan peneliti yang mampu menggunakan ketajaman analisisnya untuk merajut fenomena isi komunikasi menjadi fenomena sosial yang terbaca oleh orang pada umumnya.

Dapat dipahami bahwa makna simbol dan interaksi amat majemuk sehingga penafsiran ganda terhadap objek simbol tunggal umumnya menjadi fenomena umum dalam penelitian sosial. Oleh karena itu, analisis isi menjadi tantangan sangat besar bagi peneliti itu sendiri. Oleh karena itu, pemahaman dasar terhadap kultur dimana komunikasi itu terjadi amat penting. Kultur ini menjadi muara yang luas terhadap berbagai macam bentuk komunikasi di masyarakat.

Pada penelitian kualitatif, terutama dalam strategi verifikasi kualitatif, teknik analisis data ini dianggap sebagai teknik analisis data yang sering digunakan. Namun selain itu pula, teknik analisis ini dipandang sebagai teknik analisis data yang paling umum. Artinya, teknik ini adalah yang paling abstrak untuk menganalisis data-data kualitatif. Content analysis berangkat dari anggapan dasar dari ilmu-ilmu sosial bahwa studi tentang proses dan isi komunikasi adalah dasar dari studi-studi ilmu sosial. Deskripsi yang diberikan para ahli sejak Janis (1949), Berelson (1952) sampai Lindzey dan Aronson (1968) tentang Content Analysis, selalu menampilkan tiga syarat, yaitu: **objektivitas, pendekatan sistematis, dan generalisasi.**

Analisis isi sering digunakan dalam analisis-analisis verifikasi. Cara kerja atau logika analisis data ini sesungguhnya sama dengan kebanyakan analisis data kuantitatif. Peneliti memulai analisisnya dengan menggunakan lambang-lambang tertentu, mengklasifikasikan data tersebut dengan kriteria-kriteria tertentu

serta melakukan prediksi dengan teknik analisis yang tertentu pula. Secara lebih jelas, alur analisis dengan menggunakan Teknik Content Analysis.

#### **D. Analisis Wacana**

Analisis wacana adalah analisis isi yang lebih bersifat kualitatif dan dapat menjadi salah satu alternatif untuk melengkapi dan menutupi kelemahan dari analisis isi kuantitatif yang selama ini banyak digunakan oleh para peneliti. Jika pada analisis kuantitatif, pertanyaan lebih ditekankan untuk menjawab “apa” (*what*) dari pesan atau teks komunikasi, pada analisis wacana lebih difokuskan untuk melihat pada “bagaimana” (*how*), yaitu bagaimana isi teks berita dan juga bagaimana pesan itu disampaikan.

Analisis wacana merupakan suatu kajian yang digunakan secara ilmiah, baik dalam bentuk tulis maupun lisan. Penggunaan bahasa secara alamiah ini berarti penggunaan bahasa seperti dalam komunikasi sehari-hari. *Stubbs* menjelaskan bahwa analisis wacana menekankan kajian penggunaan bahasa dalam konteks sosial, khususnya dalam interaksi antar penutur. Senada dengan itu, cocok dalam hal ini menyatakan bahwa analisis wacana itu merupakan kajian yang membahas tentang wacana, sedangkan wacana itu adalah bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi. Menurut *Stubbs* (Arifin,1984).

Analisis wacana dalam Sobur ( 2006) adalah studi tentang struktur pesan pada dalam komunikasi. Lebih tepatnya lagi, telaah mengenai aneka fungsi (pragmatik) bahasa. Kajian tentang pembahasaan realitas dalam sebuah pesan tidak hanya apa yang tampak dalam teks atau tulisan, situasi dan kondisi (konteks) seperti apa bahasa tersebut diujarkan akan membedakan makna subyektif atau makna dalam perspektif mereka.

Crigler (dalam Sobur, 2006) mengemukakan bahwa analisis wacana termasuk dalam pendekatan konstruksionis. Ada dua karakteristik penting dari pendekatan konstruksionis yaitu :

1. Pendekatan konstruksionis menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas politik.
2. Pendekatan konstruksionis memandang kegiatan komunikasi sebagai suatu proses yang terus menerus dan dinamis. Dari sisi sumber (komunikator), pendekatan konstruksionis memeriksa pembentukan bagaimana pesan ditampilkan, dan dari sisi penerima ia memeriksa bagaimana konstruksi individu ketika menerima pesan.

Kembali pada analisa wacana yang sesungguhnya berusaha memahami bagaimana realitas dibingkai, direproduksi dan didistribusikan ke khalayak. Analisis ini bekerja menggali praktek-praktek bahasa di balik teks untuk menemukan posisi ideologis dari narasi dan menghubungkannya dengan struktur yang lebih luas. Dengan demikian analisis wacana merupakan salah satu model analisa kritis yang memperkaya pandangan khalayak bahwa ada keterkaitan antara produk media, ekonomi dan politik. Keterkaitan ini dapat dimunculkan pada saat analisis wacana bergerak menuju pertanyaan bagaimana bahasa bekerja dalam sebuah konteks dan mengapa bahasa digunakan dalam sebuah konteks dan bukan untuk konteks yang lain.

Pada dasarnya ada beberapa perbedaan mendasar antara analisis wacana dengan analisis isi yang bersifat kuantitatif adalah sebagai berikut. Analisis wacana lebih bersifat kualitatif daripada yang umum dilakukan dalam analisis isi kuantitatif karena analisis wacana lebih menekankan pada pemaknaan teks daripada penjumlahan unit kategori, seperti dalam analisis isi. Analisis isi kuantitatif digunakan untuk membedah muatan teks komunikasi yang bersifat manifest (nyata), sedangkan analisis wacana justru memfokuskan pada pesan yang bersifat latent (tersembunyi).

Analisis isi kuantitatif hanya dapat mempertimbangkan “apa yang dikatakan” (what), tetapi tidak dapat menyelidiki bagaimana ia dikatakan (how). Analisis wacana tidak berpretensi melakukan generalisasi, sedangkan analisis isi kuantitatif memang diarahkan untuk membuat generalisasi.



## E. Analisis Semiotik (Semiotic Analysis)

Pengertian semiotika secara terminologis adalah ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Menurut Eco, semiotik sebagai “ilmu tanda” (*sign*) dan segala yang berhubungan dengannya cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya. Menurut Eco, ada sembilan belas bidang yang bisa dipertimbangkan sebagai bahan kajian untuk semiotik, yaitu semiotik binatang, semiotik tanda-tanda bauan, komunikasi rabaan, kode-kode cecapan, paralinguistik, semiotik medis, kinesik dan proksemik, kode-kode musik, bahasa yang diformalkan, bahasa tertulis, alfabet tak dikenal, kode rahasia, bahasa alam, komunikasi visual, sistem objek, dan sebagainya Semiotika di bidang komunikasi pun juga tidak terbatas, misalnya saja bisa mengambil objek penelitian, seperti pemberitaan di media massa, komunikasi periklanan, tanda-tanda nonverbal, film, komik kartun, dan sastra sampai kepada musik.

Berkenaan dengan hal tersebut, analisis semiotik merupakan upaya untuk mempelajari linguistik-bahasa dan lebih luas dari hal tersebut adalah *semua perilaku manusia yang membawa makna atau fungsi sebagai tanda. Bahasa merupakan bagian linguistik, dan linguistik merupakan bagian dari obyek yang dikaji dalam semiologi.* Selain bahasa yang merupakan representasi terhadap obyek tertentu, pemikiran tertentu atau makna tertentu, obyek semiotika juga mempelajari pada masalah-masalah non linguistik.

Salah seorang sarjana yang secara konservatif menjabarkan teori De Saussure ialah Roland Barthes (1915 – 1980). Ia menerapkan model Ferdinand De Saussure dalam penelitiannya tentang karya -karya sastra dan gejala-gejala kebudayaan, seperti mode pakaian. Bagi Barthes komponen – komponen tanda penanda – petanda terdapat juga pada tanda -tanda bukan bahasa antara lain terdapat pada bentuk mite yakni keseluruhan sistem citra dan kepercayaan yang dibentuk masyarakat untuk mempertahankan dan menonjolkan identitasnya (de Saussure, 1988).

Selanjutnya Barthes (dalam De Saussure) menggunakan teori *signifiant - signifie* yang dikembangkan menjadi teori tentang

metabahasa dan konotasi. Istilah *signifiant* menjadi ekspresi (E) dan *signifie* menjadi isi (C). Namun Barthes mengatakan bahwa antara E dan C harus ada relasi (R) tertentu, sehingga membentuk tanda (*sign*, Sn). Konsep relasi ini membuat teori tentang tanda lebih mungkin berkembang karena relasi ditetapkan oleh pemakai tanda.

Menurut Barthes, ekspresi dapat berkembang dan membentuk tanda baru, sehingga ada lebih dari satu dengan isi yang sama. Pengembangan ini disebut sebagai gejala meta-bahasa dan membentuk apa yang disebut kesinoniman (*synonymy*). Setiap tanda selalu memperoleh pemaknaan awal yang dikenal dengan istilah denotasi dan oleh Barthes disebut sistem primer. Kemudian pengembangan -nya disebut sistem sekunder. Sistem sekunder ke arah ekspresi disebut metabahasa. Sistem sekunder ke arah isi disebut konotasi yaitu pengembangan isi sebuah ekspresi. Konsep konotasi ini tentunya didasari tidak hanya oleh paham kognisi, melainkan juga oleh paham pragmatik yakni pemakai tanda dan situasi pemahamannya.

### **Macam-macam Semiotik**

Hingga saat ini, sekurang-kurangnya terdapat sembilan macam semiotik yang kita kenal sekarang (Pateda dalam Sobur, 2006). Jenis-jenis semiotik ini antara lain semiotik analitik, diskriptif, *faunal zoosemiotic*, kultural, naratif, natural, normatif, sosial, struktural.

1. Semiotik analitik merupakan semiotik yang menganalisis sistem tanda. Peirce mengatakan bahwa semiotik berobjekkan tanda dan menganalisisnya menjadi ide, obyek dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu pada obyek tertentu.
2. Semiotik deskriptif adalah semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat kita alami sekarang meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap seperti yang disaksikan sekarang.
3. Semiotik *faunal zoosemiotic* merupakan semiotik yang khusus memperhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh hewan. Semiotik kultural merupakan semiotik yang khusus

menelaah system tanda yang ada dalam kebudayaan masyarakat.

4. Semiotik naratif adalah semiotik yang membahas sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan (*folklore*).
5. Semiotik natural atau semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam. Semiotik normative merupakan semiotik yang khusus membahas sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud norma-norma.
6. Semiotik sosial merupakan semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia yang berwujud lambang, baik lambang kata maupun lambang rangkaian kata berupa kalimat. Semiotik struktural adalah semiotik yang khusus menelaah system tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.

## **F. Analisis Framing**

Analisa Framing adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui bagaimana realitas (aktor, kelompok, atau apa saja) dikonstruksi oleh media (Eriyanto, 2005). Analisa framing memiliki dua konsep yakni konsep psikologis dan sosiologis. Konsep psikologis lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi pada dirinya sedangkan konsep sosiologis lebih melihat pada bagaimana konstruksi sosial atas realitas. Analisis Framing sendiri juga merupakan bagian dari analisis isi yang melakukan penilaian tentang wacana persaingan antar kelompok yang muncul atau tampak di media.

Analisis Framing juga dikenal sebagai konsep bingkai, yaitu gagasan sentral yang terorganisasi, dan dapat dianalisis melalui dua turunannya, yaitu simbol berupa framing device dan reasoning device. Framing device menunjuk pada penyebutan istilah tertentu yang menunjukkan “julukan” pada satu wacana, sedangkan reasoning device menunjuk pada analisis sebab-akibat. Di dalamnya terdapat beberapa ‘turunan’, yaitu metafora, perumpamaan atau pengandaian. Catchphrases merupakan slogan-slogan yang harus dikerjakan. Exemplar mengaitkan bingkai dengan contoh, teori atau pengalaman masa silam. Depiction adalah “musuh yang harus dilawan bersama”, dan visual image adalah gambar-gambar yang

mendukung bingkai secara keseluruhan. Pada instrumen penalaran, Roots memperlihatkan analisis sebab-akibat, *Appeals to principles* merupakan premis atau klaim moral, dan *Consequences* merupakan kesimpulan logika penalaran.

### **Teknik Framing Dan Konsep Model Zhondhang Pan Dan Gerald M Kosicki**

Menurut Etnman, framing berita dapat dilakukan dengan empat teknik, yakni pertama, *problem identifications* yaitu peristiwa dilihat sebagai apa dan nilai positif atau negatif apa, *causal interpretations* yaitu identifikasi penyebab masalah siapa yang dianggap penyebab masalah, *treatmen rekommendations* yaitu menawarkan suatu cara penanggulangan masalah dan kadang memprediksikan penanggulannya, *moral evaluations* yaitu evaluasi moral penilaian atas penyebab masalah.

Ada dua konsep framing yang saling berkaitan, yaitu konsep psikologis dan konsep sosiologis yaitu :

1. Dalam konsep psikologis, framing dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks khusus dan menempatkan elemen tertentu dari suatu isu dengan penempatan lebih menonjol dalam kognisi seseorang. Elemen-elemen yang diseleksi itu menjadi lebih penting dalam mempengaruhi pertimbangan seseorang saat membuat keputusan tentang realitas.
2. Sedangkan konsep sosiologis framing dipahami sebagai proses bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas diluar dirinya Dalam Zhondhang Pan Dan Gerald M Kosicki, kedua konsep tersebut diintegrasikan.

Secara umum konsepsi psikologis melihat frame sebagai persoalan internal pikiran seseorang, dan konsepsi sosiologis melihat frame dari sisi lingkungan sosial yang dikonstruksi seseorang. Dalam model ini, perangkat framing yang digunakan dibagi dalam empat struktur besar, yaitu sintaksis (penyusunan peristiwa dalam bentuk susunan umum berita), struktur skrip (bagaimana wartawan

menceritakan peristiwa ke dalam berita), struktur tematik (bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat, atau antar hubungan hubungan kalimat yang memberntuk teks secara keseluruhan), dan struktur retorik (bagaimana menekankan arti tertentu dalam berita)

## **G. Analisa Kebijakan Redaktur**

Kebijakan sendiri merujuk pada tiga hal yakni sudut pandang (*point of view*); rangkaian tindakan (*series of actions*) dan peraturan (*regulations*). Ketiga hal tersebut menjadi pedoman bagi para pengambil keputusan untuk menjalankan sebuah kebijakan. Seorang Redaktur merupakan suatu pimpinan sekaligus penanggung jawab dalam suatu media. Oleh karenanya Analisa Kebijakan Redaktur merupakan suatu proses analisa mengenai kebijakan redaktur dalam proses penerbitan suatu media.

Dalam proses analisa kebijakan, terdapat dua pendekatan yaitu:

1. Analisis proses kebijakan (*analysis of policy process*), dimana dalam pendekatan ini, analisis dilakukan atas proses perumusan, penentuan agenda, pengambilan keputusan, adopsi, implementasi dan evaluasi dalam proses kebijakan. Jika dilihat dari item analisisnya, pendekatan ini lebih melihat kandungan (*content*) sebuah proses kebijakan. Analisis dalam dan untuk proses kebijakan (*analysis in and for policy process*), dimana dalam pendekatan ini, analisis dilakukan atas teknik analisis, riset, advokasi dalam sebuah proses kebijakan. Nampaknya, pendekatan ini cenderung melihat prosedur proses kebijakan. Hasil analisis kebijakan adalah informasi yang relevan bagi pihak-pihak yang akan melaksanakan kebijakan. Analisis bisa dilakukan pada semua tahap proses kebijakan Analisis pada tahap selanjutnya mencakup interpretasi dan sosialisasi kebijakan, merencanakan serta menyusun kegiatan implementasi kebijakan. Hasil analisis pada tahap ini adalah aksi kebijakan (*policy action*).

2. Analisis berikutnya adalah evaluasi implementasi kebijakan dengan memperhatikan tingkat kinerja dan dampak sebuah implementasi kebijakan. Hasil analisisnya berupa informasi kinerja yang akan menjadi dasar tindakan apakah kebijakan tersebut akan diteruskan atau sebaliknya.

### **Tipe Analisis Kebijakan**

Tipe analisis kebijakan dikategorikan menjadi dua tipe yaitu:

1. Tipe analisis akademis. Tipe analisis ini berfokus pada hubungan antara faktor determinan utama dengan isi kebijakan dan berusaha untuk menjelaskan hakikat, karakteristik dan profil kebijakan dan bersifat komparatif baik dari segi waktu maupun segi substansi.
2. Tipe analisis terapan. Tipe analisis ini lebih memfokuskan diri pada hubungan isi kebijakan dengan dampak kebijakan serta lebih berorientasi pada evaluasi kebijakan dan bertujuan untuk menemukan alternatif lebih baik dan bisa menggantikan kebijakan yang sedang dianalisis.

### **Elemen dalam Kebijakan yang Menjadi target analisis**

Terdapat tiga elemen dalam kebijakan yang menjadi target analisis, yakni:

1. faktor determinan utama;
2. isi kebijakan; dan
3. dampak kebijakan baik yang diharapkan maupun yang tidak diharapkan.

### **H. Analisa Korelasional**

Analisa Korelasional adalah analisa yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisa korelasional/hubungan/assosiasi dapat dikatakan merupakan pengembangan dari analisa deskriptif (untuk selanjutnya baca : deskriptif-kuantitatif), kalau dalam penelitian deskriptif kita mengumpulkan data sebanyak-banyaknya, menyusunnya dengan

sistematis, kita analisa dengan cermat dan yang dideskripsikan dalam analisis penelitian adalah variabel-variabel penelitian, situasi dan kondisi yang melingkupinya. Penelitian korelasional bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar gejala (variabel), hubungan tersebut positif atau negatif dan seberapa erat hubungan antar gejala tersebut.

Misalnya pengusaha ingin mengetahui hubungan antara *muatan informasi* (kecukupan/kekurangan informasi) dan *kebutuhan akan informasi*, Divisi Humas ingin mengetahui hubungan antara *kualitas media* (daya tarik untuk dibaca, sesuai dengan kebutuhan, terpercaya, mudah dipahami, lengkap dan jelas dsb) dan *motif penggunaan media*, dosen ingin mengetahui hubungan antara *pemberian tugas* dengan *prestasi mahasiswa* dsb.

Terdapat beberapa perbedaan yang membedakan Analisa Korelasional dan Analisa Deskriptif yaitu bahwa dalam analisa deskriptif tidak membahas tentang hubungan antar variabel, sedangkan kalau kita lihat dari jenis datanya sama, yang membedakan adalah *sifat-sifat analisisnya*, analisa deskripsi mendeskripsikan variabel dan karakteristik responden, sedangkan analisa korelasional meneliti bagaimana untuk memperoleh kejelasan ada tidaknya hubungan antar variabel dan karakteristik responden seperti apa dalam konteks penelitian tersebut. Statistik deskripsi tidak berupaya adanya generalisasi data sampel terhadap populasi, sedangkan analisis korelasional selain mendeskripsikan data sampel, peneli ingin memperoleh kesimpulan apakah korelasi (yang sebenarnya data sampel) tersebut juga berlaku pada populasi (dengan uji signifikansi).

Perbedaan tersebut dapat terlihat dari analisa deskriptif kita mengumpulkan data sebanyak-banyaknya, menyusunnya dengan sistematis, kita analisa dengan cermat dan yang dideskripsikan dalam analisis penelitian adalah variabel-variabel penelitian, situasi dan kondisi yang melingkupinya. Analisa korelasional bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar gejala (variabel), hubungan tersebut positif atau negatif dan seberapa erat hubungan antar gejala tersebut. Misalnya pengusaha ingin mengetahui hubungan antara *muatan informasi* (kecukupan/kekurangan informasi) dan *kebutuhan akan informasi*, Divisi Humas ingin

mengetahui hubungan antara *kualitas media* (daya tarik untuk dibaca, sesuai dengan kebutuhan, terpercaya, mudah dipahami, lengkap dan jelas dsb) dan *motif penggunaan media*, dosen ingin mengetahui hubungan antara *pemberian tugas* dengan *prestasi mahasiswa* dsb.

Statistik deskripsi tidak berupaya adanya generalisasi data sampel terhadap populasi, sedangkan analisis korelasional selain mendeskripsikan data sampel, peneliti ingin memperoleh kesimpulan apakah korelasi (yang sebenarnya data sampel) tersebut juga berlaku pada populasi (dengan uji signifikansi). Penelitian korelasi (secara statistik) menunjukkan adanya ko-variasi (sebaran data yang sama) antar variabel, apakah variasi-variasi pada satu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor yang lain, yang mana hubungan tersebut kemungkinan merupakan :

1. “ ko-variasi antar variabel dari penyebab (dependen) yang sama”
2. “ko-variasi antar variabel akibat (independent)” , atau
3. mungkin korelasi tersebut sifatnya “hanya kebetulan saja”. Untuk memperoleh informasi yang akurat tentang dugaan hubungan antar variabel tersebut dapat perpedoman pada teori (konsep dan proposisi), model, atau melakukan penelitian secara intensif dan mendalam.

*Penelitian asosiasi atau korelasi* sering dikaburkan dengan penelitian/analisis causal (sebab-akibat), korelasi yang kuat dianggap adanya hubungan sebab-akibat. Hubungan kausal dapat diinterpretasikan pasti “ada hubungan” yang sifatnya kausalitas, tetapi kalau “ada hubungan” belum tentu adanya kausalitas. Kita sering terjebak dengan proses berfikir yang nampaknya logis atau cara berfikir linier, hal inilah yang perlu dicermati, khususnya dalam perumusan masalah. Jika *ada kesalahan* dalam membuat *perumusan masalah*, alih-alih pertanyaan yang salah tentang obyek yang kita teliti tidak akan menghasilkan jawaban yang benar.



Sebagai Contoh, pernyataan :

1. Pengaruh “kemampuan membaca” terhadap “lamanya belajar Mahasiswa”
2. Hubungan antara “kemampuan membaca” dengan “lamanya belajar Mahasiswa”
3. Pengaruh “kemampuan membaca” dan “lamanya belajar Mahasiswa” terhadap “Tingkat Pengetahuan Mahasiswa tentang Metode Penelitian Komunikasi”.

Adanya hubungan antara “kemampuan membaca” dan “lamanya belajar” jangan diinterpretasikan bahwa “lamanya belajar” disebabkan oleh “kemampuan membaca”. Atau “Lamanya Belajar” diakibatkan oleh “Kemampuan membaca”. Mahasiswa yang “lama belajar” belum tentu atau bukan karena “kemampuan membacanya yang kurang”, tetapi (diduga) karena akan mengikuti UTS, karena ingin bisa, lagi tertarik dsb. Bandingkan dengan; Pengaruh “kemampuan membaca” dan “ lamanya belajar” terhadap “Tingkat Pengetahuan Mahasiswa tentang Metode Penelitian Komunikasi”.

Jika diperhatikan dengan seksama, dari ketiga pernyataan tersebut yang secara logika mana yang lebih dapat diterima dan benar. Dengan demikian tipe hubungan antar variabel dalam penelitian korelasional adalah hubungan simetri, adalah jenis hubungan antar variabel yang mana suatu variabel yang satu tidak disebabkan oleh variabel yang lain atau tidak dipengaruhi oleh variabel yang lain.

Hal ini dapat terjadi apabila :

1. Kedua variabel tersebut merupakan dimensi/indikator untuk konsep yang sama, misalnya : Hubungan antara frekuensi penggunaan media, durasi (lama), pilihan jenis media dan jenis isi sebagai indikator dari pola penggunaan media dsb.
2. Sebagai akibat dari faktor yang sama, Misalnya; Penguasaan materi, lulus mata kuliah, IP bagus sebagai akibat yang sama karena rajin membaca/belajar dsb.
3. Berkaitan secara fungsional, apabila keberadaan sesuatu hal diikuti oleh keberadaan yang lainnya atau sebaliknya.

Misalnya : ada mahasiswa ada dosen, ada asap – ada api, ada pekerja – ada majikan, ada pimpinan – ada bawahan, dsb.

4. Hubungan yang sifatnya kebetulan saja. Misalnya; hubungan mimpi buruk dengan kehilangan HP, hubungan berkokoknya ayam dengan terbitnya matahari, dsb.

### **Analisis Data dalam Analisa Korelasional**

Dalam melakukan analisis data yang perlu diperhatikan adalah :

1. Masalah dan Tujuan penelitian;
2. Hubungan antar variabel (hipotesis penelitian) yang dalam analisa statistik sebagai hipotesis statistik ( $H_0$  dan  $H_1$ );
3. Jenis informasi dan jenis data; apakah data yang kita peroleh sebagai data nominal, ordinal, interval atau rasio;
4. Kesesuaian antara jenis data dengan jenis analisa statistik yang digunakan;
5. Taraf signifikansi ( $\alpha$ ) atau tingkat kepercayaan ( $1 - \alpha$ );
6. Berbagai variasi analisis data berdasarkan kebutuhan dsb. Alat analisis korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan dua atau lebih variabel. Korelasi antar dua variabel disebut korelasi sederhana, dan korelasi lebih dari dua variabel disebut korelasi berganda (*multiple Correlation*), sehingga alat analisa ada rumus untuk menghitung korelasi sederhana dan berganda.

Berbagai variasi alat analisa korelasi tergantung dari hubungan antar variabel dan jenis data, apakah nominal, ordinal atau interval dan tujuan penelitian.

### **I. Rangkuman**

Analisis isi (*Content Analysis*) adalah tehnik penelitian untuk membuat inferensi – inferensi yang dapat ditiru (replicable), dan sah data dengan memperhatikan konteksnya. Analisis isi berhubungan dengan komunikasi atau isi komunikasi. Logika dasar dalam komunikasi, bahwa setiap komunikasi selalu berisi pesan dalam sinyal komunikasinya itu, baik berupa verbal maupun nonverbal.

Analisis wacana adalah analisis isi yang lebih bersifat kualitatif dan dapat menjadi salah satu alternatif untuk melengkapi dan menutupi kelemahan dari analisis isi kuantitatif yang selama ini banyak digunakan oleh para peneliti. Jika pada analisis kuantitatif, pertanyaan lebih ditekankan untuk menjawab “apa” (*what*) dari pesan atau teks komunikasi, pada analisis wacana lebih difokuskan untuk melihat pada “bagaimana” (*how*), yaitu bagaimana isi teks berita dan juga bagaimana pesan itu disampaikan.

Analisis semiotik merupakan upaya untuk mempelajari linguistik-bahasa dan lebih luas dari hal tersebut adalah *semua perilaku manusia yang membawa makna atau fungsi sebagai tanda. Bahasa merupakan bagian linguistik, dan linguistik merupakan bagian dari obyek yang dikaji dalam semiologi.* Selain bahasa yang merupakan representasi terhadap obyek tertentu, pemikiran tertentu atau makna tertentu, obyek semiotika juga mempelajari pada masalah-masalah non linguistik.

Analisis Framing juga dikenal sebagai konsep bingkai, yaitu gagasan sentral yang terorganisasi, dan dapat dianalisis melalui dua turunannya, yaitu simbol berupa framing device dan reasoning device. Framing device menunjuk pada penyebutan istilah tertentu yang menunjukkan “julukan” pada satu wacana, sedangkan reasoning device menunjuk pada analisis sebab-akibat. Di dalamnya terdapat beberapa ‘turunan’, yaitu metafora, perumpamaan atau pengandaian.

Analisis kebijakan redaktur merupakan suatu proses analisa mengenai kebijakan redaktur dalam proses penerbitan suatu media. Kebijakn sendiri merujuk pada tiga hal yakni sudut pandang (*point of view*); rangkaian tindakan (*series of actions*) dan peraturan (*regulations*). Ketiga hal tersebut menjadi pedoman bagi para pengambil keputusan untuk menjalankan sebuah kebijakan.

Analisa Korelasional adalah analisa yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian korelasional bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar gejala (variabel), hubungan tersebut positif atau negatif dan seberapa erat hubungan antar gejala tersebut.

## **J. Latihan**

1. Apa yang Anda ketahui dari analisis wacana? Beri contohnya.
2. Apa yang Anda ketahui dari analisis semiotik? Beri contohnya.
3. Apa yang Anda ketahui dari analisis framing? Beri contohnya.
4. Apa yang Anda ketahui dari analisis kebijakan redaktur? Beri contohnya.
5. Apa yang Anda ketahui dari analisis isi? Beri contohnya.
6. Apa yang Anda ketahui dari analisis korelasional? Beri contohnya.
7. Apa perbedaan antara antara analisis deskriptif dengan analisis korelasional? Jelaskan.
8. Jika Anda akan meneliti tentang pesan-pesan dakwah mimbar jumat pada sebuah harian, metode analisis apa yang akan digunakan? Kemukakan argumen Anda.
9. Jika Anda meneliti suatu pemberitaan media dengan menggunakan analisis framing, bagaimana cara Anda memulainya dan bagaimana cara menganalisisnya? Jelaskan.
10. Anda ingin meneliti tentang kebijakan redaktur suatu harian dalam memberitakan suatu kasus, data apa yang harus Anda cari? Bagaimana cara Anda menganalisisnya?

**BAB XVI**  
**UJIAN AKHIR SEMESTER**  
  
**SOAL UJIAN AKHIR**  
**TEORI-TEORI KOMUNIKASI**  
**PROGRAM STUDI JURNALISTIK**  
**FAKULTAS DAKWAH & KOMUNIKASI**

---

---

**Petunjuk :**

1. Jawablah soal-soal di bawah ini dengan bahasa (analisis) Anda sendiri secara logis dan sistematis.
2. Kerjakan secara individu. Segala bentuk imitasi/plagiasi tidak akan ditolerir. Jika ditemukan ada unsur plagiasi antara satu jawaban dengan jawaban yang lain, pelakunya akan dinyatakan **TIDAK LULUS**.
3. Penilaian didasarkan pada aspek orisinalitas jawaban, kedalaman penjelasan dan sistematika logika jawaban.
4. Tulisan jawaban harus rapih dan terbaca.
5. Gunakan lembar kertas jawaban yang sudah disiapkan.

**Soal :**

1. Jika teori Jendela Johari digunakan untuk menilai diri dan kepribadian kita, Anda sendiri kira-kira termasuk kategori atau quadrant yang mana? Berikan argumentasi Anda secara logis dan objektif.
2. Dalam sistem komunikasi interpersonal, apakah atraksi interpersonal (ketertarikan kita kepada orang) senantiasa konstan atau berubah seiring berjalannya waktu? Beri ulasan secara logis dan dukung dengan contoh yang menguatkan pendapat Anda.

3. Menurut Anda, sejauhmana suatu kelompok berperan dalam mendidik dan merubah karakter anggotanya? Jelaskan dengan pendekatan teori komunikasi kelompok yang relevan.
4. Bagaimana komentar Anda dengan maraknya tayangan televisi yang sering menampilkan aksi kekerasan dan pornografi? Menurut Anda, bagaimana seharusnya pengelola dan pengguna media dalam menyikapi ini? Dukung argumen Anda dengan pendekatan teori komunikasi massa.
5. Menurut Anda, bagaimana cara atau langkah untuk meminimalisir terjadinya miss-communication ketika Anda berkomunikasi dengan orang yang berbeda budaya? Uraikan secara jelas.
6. Menurut Anda, bagaimana upaya memaksimalkan media komunikasi dalam mendorong laju pertumbuhan dan pemberdayaan masyarakat? Uraikan dengan jelas.
7. Jika gender adalah produk budaya, bagaimana langkah menumbuhkan kesadaran arti pentingnya kesetaraan gender melalui pendekatan budaya dan komunikasi?

## DAFTAR PUSTAKA

- Almond, Gabriel and Powell, G Bingham Powell. 1976. *Comparative Politics: A Developmental Approach*. New Delhi, Oxford & IBH Publishing Company.
- Andersen., Kenneth E., 1972, *Introduction to Communication Theory and Practice, Philippines: Cumming Publ Company*.
- Anwar Arifin. 1984. *Strategi Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas*, Bandung: Armico.
- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Asante., Molefi Kete, 1989, *Handbook of International and Intercultural Communication, California: sage Publ Inc*.
- Baran, Stanley J & K. Davis, Dennis, 2003, *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, and Future*, USA: Wadsworth.
- Barnes, Ginny Pearson, 2004, *Successful Negotiating*, Elex Media Kmputindo, Jakarta.
- Berger., Charles R., 1987, *Handbook of Communication Science*, California: Sage publ Inc.
- Bonnington, Robert. 2005. *Modern Business: A System Approach*. New York: Gramedia.
- Budiardjo, Miriam. 2002. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia.
- Budyatna, M., Mutmainah, M, 1994, *Komunikasi Antarpribadi*, UT, Jakarta.

- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik : Konsep, teori, dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cobley., Paul, 1996, *The Communication Theory Reader*, London: Routledge.
- DeFleur., Melvin L., 1985, *Understanding Mass Communication*, Boston: Houghton Mifflin Company.
- De Vito, Joseph A., 1997, *Komunikasi Antarmanusia: Kuliah Dasar*. Edisi Ke-5. Professional Books, Jakarta.
- Dilla, S. 2007. *Komunikasi Pembangunan : Pendekatan Terpadu*. Bandung. Simbiosis.
- Dissanayake, Wimal (ed). 1993. *Communication Theory. The Asian Perspective*. Singapore. AMIC.
- Djuarsa Sendjaja, Sasa, et.al. 2004. *Teori Komunikasi*, Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.
- Echols, John M dan Hassan Shadily, 1983. *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta : Gramedia.
- Effendy., Onong Uchjana, 2000, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Penerbit PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Everett. M. Rogers. 2005. *Communication in Organization*. New York: Gramedia.
- Everett M. Rogers. 1997, *A History of Communication Study: A Biographical Approach*, New York.
- Fisher., B. Aubrey, 1987, *Interpersonal Communication: Pragmatics of Human Relation* 2 nd ed., McGraw-Hill
- Fiske, John. 1990. *Introduction to Communication Studies*. Second Edition. London: Routledge.



- Griffin, Em. 2003. *A First Look at Communication Theory*. Singapore. McGraw Hill Higher Education.
- Gudykunst, William B. (Ed). 1983. *“Intercultural Communication Theory”* Beverly Hills, California : Sage Publications.
- Hindle, Tim, 2001, *Negotiating Skills*, Dian Rakyat, Jakarta.
- Jahi, Amri. 1988. *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-Negara Dunia Ketiga*. Jakarta : PT Gramedia.
- Kincaid, D. Lawrence. 1987. *Communication Theory: Eastern and Western Perspectives*. San Diego Academic.
- Liliweri, Alo. 2002. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: Lkis Yogyakarta.
- Liliweri, Alo. **2001**. *Gatra-gatra Komunikasi Antarbuday*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Lips, Hillary M, 1993. *Sex and Gender : An Introduction*. London : Myfield Publishing Company.
- Lynda Lee Kaid and Christina Holtz-Bacha. 2008. *Encyclopedia of Political Communication*, California: Sage Publications.
- LIPI. 2006. *Komunika (warta ilmiah populer komunikasi dalam pembangunan vol. 9, No. 1)* Jakarta: LIPI pres.
- Littlejohn, Stephen W and Foss, Karen A. 2005. *Theories of Human Communication*. Eight Edition. Australia: Thomson.
- McNair, Brian, 2003. *An Introduction to Political Communication*, Third Edition : New York Routledge.
- McQuail. Dennis. 1987. *Teori Komunikasi Massa ed. 2*, Jakarta: Erlangga.

- Megawangi, Ratna, 1999. *Membiarkan Berbeda : Sudut Pandang Baru Tentang Relasi Gender*. Bandung : Mizan.
- Miller, Katherine. 2002. *Communication Theories: Perspective, Process, and Context*. Boston: McGraw Hill.
- Miller, Katherine. 2001. *Organizational Communication, Theory and Practice* 3th Edition. Wadsworth.
- Moss Sylvia, L, and Tubbs, Stewart, 2000, *Human Communication*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Mulia, Siti Musdah, 2004. *Islam Menggugat Poligami*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Pengantar Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy.2005. *Nuansa-Nuansa Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Nasution, Zulkarimen. 2007. *Komunikasi Pembangunan Pengenalan Teori dan Penerapannya* Edisi Revisi, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Neuliep, James W. 1996. *Human Communication Theory: Application and Case Studies*. USA: Allyn and Bacon.
- Neufeldt, Victoria (ed), 1984. *Webster's New World Dictionary*. New York : Webster's New World Cleveland.
- Nimmo, Dan. 2001. *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Nimmo, Dan. 2005. *Komunikasi Politik; Komunikator, Pesan dan Media*. Bandung: Rosdakarya.
- Nurudin. 2003. *Komunikasi Massa*, Malang: CESPUR.

Pace, R.W. & Faules, D.F. 1998. *Komunikasi Organisasi*. Bandung:Rosdakarya.

Pabottinggi, Mochtar. 1993. “*Komunikasi Politik dan Transformasi Ilmu Politik*” dalam Indonesia dan Komunikasi Politik, Maswadi Rauf dan Mappa Nasrun (eds). Jakarta, Gramedia.

Perloff, R.M. 1998. *Political Communication: Politics, Press, and Public in America* (New Jersey and London : Lawrence Erlbaum.

Plano, Jack dkk. 1989. *Kamus Analisa Politik*. Jakarta: Rajawali.

Rakhmat, Djalalaluddin. 1997. *Psikologi Komunikasi*: Remaja Rosda Karya, Bandung.

Rodman. 2006. *Mass Media In A Changing World*. Sage Publ Inc.

Rogers, Everett M., 1997, *A History of Communication Study: A biographical Approach*, New York.

Sendjaja, Sasa Juarsa. 2005. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Shoemaker & Rogers. 1996. *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*, USA:Longman.

Showalter, Elaine (ed), 1989. *Speaking of Gender*. New York & London : Routledge.

Supratiknya, A. 1995. *Komunikasi Antar Pribadi (Tinjauan Psikologis)*. Yogyakarta: Kanisius.

Umar, Nasaruddin, 1999. *Argumen Kesetaraan Gender : Perspektif Al Qur'an*. Jakarta : Paramadina.

Warsito. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

West, Richard and Turner, Lynn H. 2007. *Introducing Communication Theory. Analysis and Application*. Singapore: McGraw Hill.

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Grasindo.

Wood. Julia T. 2004. *Communication Theories in Action. An Introduction*. Third Edition. USA: Wadsworth/Thomson.

Website :

[www.republika.co.id](http://www.republika.co.id). Diakses pada Selasa, tanggal 16 Oktober 2012 pukul 19.41 wib.

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org). Diakses pada Minggu, tanggal 3 Nopember 2013 pukul 22.24 wib.

<http://petrusandung.wordpress.com/category/dasar-dasar-teori-komunikasi/> Diunduh pada tanggal 5 Nopember 2013. Pukul 23.54 wib.

<http://shindohjourney.wordpress.com/seputar-kuliah/metodologi-penelitian-komunikasi-analisis-isi-wacana-semiotika-framing-kebijakan-redaksional-dan-analisis-korelasional/> Diunduh pada tanggal 5 Nopember 2013. Pukul 23.36 wib.

<http://kgiaji.wordpress.com/tag/komunikasi-terjadi-dalam-konteks-ruang-dan-waktu/> Diunduh pada Rabu tanggal 6 Nopember 2013 pukul 22.10 wib.

<http://imansuryaman90.blogspot.com/2011/03/konteks-konteks-komunikasi.html>. Diunduh pada Rabu 6 Nopember 2013. Pukul 21.45 wib.

<http://fudican.wordpress.com/2013/04/26/hakikat-definisi-dan-konteks-komunikasi/> Diunduh pada Rabu, 6 Nopember 2013. Pukul 21.47 wib.

<http://ngejurnal.wordpress.com/2010/11/16/konteks-komunikasi/>  
Diunduh pada Rabu 6 Nopember 2013. Pukul 22.03 wib.