

Konsep dan Ruang Lingkup Sosiologi Komunikasi

Prof. Dr. Mustain Mashud, M.Si.



PENDAHULUAN

Sebelum kita membahas tentang materi Sosiologi Komunikasi, kita perlu mengetahui terlebih dahulu tentang apa konsep dan ruang lingkup kajian Sosiologi Komunikasi. Untuk membahas fenomena komunikasi dengan baik dan komprehensif kita memerlukan berbagai perspektif keilmuan, baik sosiologi, antropologi, psikologi sosial, ekonomi dan bahkan politik. Itulah sebabnya mengapa kajian komunikasi itu bersifat multiperspektif. Artinya, untuk dapat mengerti, memahami dan menjelaskan komunikasi dalam kehidupan masyarakat secara lebih baik kita memerlukan beberapa bidang keilmuan; sebab, komunikasi adalah menyatu dalam kehidupan masyarakat yang multikompleks.

Ilmu Komunikasi adalah ilmu yang bersifat multidisiplin. Dalam buku Frank E.X. *Dance Human Communication Theory: Comparative Essay* (1982), Littlejohn menyatakan bahwa mempelajari komunikasi itu bersifat interdisiplin atau multidisiplin. Secara jelas ia menyatakan “*the study of communication constitutes an interdiscipline, in which communication processes are investigated using insight from several traditional disciplines*”. Mengkaji komunikasi merupakan pertemuan pucuk-pucuk dari disiplin ilmu murni sosiologi, antropologi, psikologi dan filsafat. Sebab sifat multidisiplin ini, menurutnya memiliki keuntungan karena dapat menjelaskan fenomena komunikasi menjadi lebih luas.

Untuk keperluan bahasan Sosiologi Komunikasi, maka perspektif Sosiologi akan memberikan sejumlah perspektif teoritik untuk menjelaskan dan menganalisis komunikasi sebagai fenomena sosial. Maksudnya bahwa komunikasi yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari itu berkaitan erat dengan latar sosial demografis, struktur sosial dan proses sosial. Oleh karena itu, dalam Sosiologi Komunikasi akan dibahas tinjauan sosiologis terhadap

komunikasi baik sebagai aktivitas sosial, interaksi sosial antara individu dengan individu, individu dengan kelompok dan kelompok dengan kelompok maupun efek sosial dari komunikasi dalam suatu masyarakat.

Setelah membaca Modul ini secara khusus mahasiswa diharapkan dapat:

1. Menjelaskan pengertian komunikasi dan berbagai definisi komunikasi menurut para ahli.
2. Menjelaskan Dimensi-dimensi Lingkungan Komunikasi dan Kontak Komunikasi
3. Menjelaskan tentang Proses Komunikasi dan komponen-komponennya.
4. Menjelaskan teori-teori Komunikasi dalam kajian komunikasi
5. Menjelaskan tentang komunikasi sebagai suatu fenomena sosial.

Agar Saudara berhasil mempelajari Materi Modul ini, maka bacalah dengan baik, pahami serta kerjakanlah latihan dan jawablah Test formatif yang disediakan pada setiap akhir Kegiatan Belajar; serta jangan lupa membuat catatan- catatan kecil yang Saudara anggap penting.

Selamat Belajar dan semoga sukses.

KEGIATAN BELAJAR 1

Pengertian dan Definisi Komunikasi, Dimensi Lingkungan dan Proses Komunikasi Sosiologi Komunikasi

A. PENGERTIAN KOMUNIKASI

Semua orang tahu dan sadar bahwa manusia tidak bisa hidup sendiri, *isolatif* dan *soliter*. Untuk dapat hidup dan mempertahankan kehidupannya, manusia memerlukan kehadiran orang lain, *socially*. Jika kita analisa setiap

Jadi Komunikasi merupakan proses dimana orang, baik perorangan, kelompok, organisasi atau masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan orang lain.

Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan *gesture* (gerak atau ekspresi tubuh) seperti gerak gerik badan, senyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Komunikasi dengan *gesture* ini acap disebut sebagai komunikasi non verbal

hari ternyata Saudara banyak melakukan komunikasi dengan sejumlah orang dengan berbagai cara, model, bentuk dan gaya. Bertutur sapa, memperbincangkan sesuatu (ngobrol), menelpon, melakukan wawancara, berdiskusi dan surat menyurat. Itu semuanya termasuk ke dalam kegiatan komunikasi. Persoalannya karena komunikasi adalah aktivitas yang tidak terlepas dari kehidupan sehari-hari.

Untuk itulah manusia memerlukan komunikasi. Komunikasi menjadi salah satu kebutuhan setiap manusia dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari dan dalam membangun serta mengembangkan kehidupan

sosialnya. Bahkan hanya dengan komunikasi peradaban manusia dapat dibangun dikembangkan dan diwariskan. Hal yang paling sederhana, bila seseorang tidak pernah melakukan komunikasi maka orang tersebut tidak akan dapat berbicara dan pada tahap selanjutnya sudah tentu pula orang tersebut tidak akan dapat belajar sehingga tidak akan dapat membaca dan

menulis alias buta huruf. Lebih lanjut, tanpa komunikasi orang tidak akan mendapatkan informasi.

Jadi sebenarnya Saudara telah mengenal istilah itu dan bahkan mengalaminya setiap saat. Tetapi, apakah yang dimaksud dengan komunikasi itu? Bagaimanakah proses komunikasi itu terjadi? Unsur-unsur apakah yang memungkinkan terjadinya komunikasi? Untuk apa komunikasi itu dilakukan? Lalu seperti apakah perbedaan komunikasi, kontak sosial, interaksi sosial dan proses sosial? Jawabannya akan kita bahas pada Kegiatan Belajar 1 ini.

Kata komunikasi atau *communication*, secara *etimologis* (asal katanya) dari bahasa Latin *communicatus*, yang bersumber dari *communis*. Dalam kata *communis* ini memiliki makna ‘berbagi’ atau ‘menjadi milik bersama’, yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna. Secara *terminologis* komunikasi menunjuk pada proses penyampaian suatu pesan (*message*) atau pernyataan (*statement*) oleh seseorang kepada orang lain. Dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah orang atau manusia. Itulah sebabnya mengapa Ruben dan Steward (1998) mendefinisikan komunikasi manusia (*human communication*):

“is the process through which individuals --in relationships, group, organizations and societies-- respond to and create messages to adapt to the environment and one another. (Bahwa komunikasi manusia adalah proses yang melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan, kelompok, organisasi dan masyarakat yang merespon dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain)”.



Sumber: <http://www.picstopin.com>

Gambar 1.1.

Ilustrasi Berlangsungnya Komunikasi

Sebagai sebuah istilah, komunikasi dapat diartikan sebagai penyampaian dan penerimaan pesan atau informasi di antara dua orang atau lebih dengan menggunakan simbol verbal (bahasa) dan nonverbal. Dengan demikian, mengajar, berpidato, memberi isyarat, menulis surat, membaca berita, dan melihat tayangan televisi, semuanya itu dapat disebut komunikasi. Pendeknya, segala proses kegiatan antar dua orang (dua pihak) atau lebih untuk berbagi informasi, ide, dan perasaan, disebut komunikasi (Hybels dan Weaver, 1992:6).

Bertolak dari pengertian di atas maka tindakan komunikasi merupakan aktivitas yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari kita. Disadari atau tidak, sepanjang waktu kita mengirim dan menerima pesan kepada dan dari pihak lain. Sebagai homosocius, makhluk sosial, komunikasi merupakan bagian hidup yang sangat penting dalam bergaul dan berinteraksi dengan orang lain. Setiap sisi kehidupan kita sejak lahir sampai mati sangat tergantung pada dan dipengaruhi oleh daya komunikasi itu sendiri.

Wilbur Schramm menyatakan komunikasi sebagai suatu proses berbagi (*sharing process*). Schramm sebagaimana dikutip Suprpto menjelaskan sebagai berikut :

Komunikasi berasal dari kata-kata (bahasa) Latin *communis* yang berarti *umum (common)* atau *bersama*. Apabila kita berkomunikasi, sebenarnya kita sedang berusaha menumbuhkan suatu kebersamaan (*commonnes*) dengan seseorang, yaitu kita berusaha berbagi informasi, ide atau sikap. Seperti dalam uraian ini, misalnya saya sedang berusaha berkomunikasi dengan para pembaca untuk menyampaikan ide bahwa hakikat sebuah komunikasi sebenarnya adalah usaha membuat penerima atau pemberi komunikasi memiliki pengertian (pemahaman) yang sama terhadap pesan tertentu” (Suprpto, 2006).

Berdasar uraian di atas, definisi komunikasi menurut Schramm mengarah pada sejauhmana keefektifan proses berbagi antarpelaku komunikasi. Schramm melihat sebuah komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang berhasil melahirkan kebersamaan (*commonness*), kesepahaman antara sumber (*source*) dengan penerima (*audience*)-nya. Menurutnya, sebuah komunikasi akan benar-benar efektif apabila *audience* menerima pesan, pengertian dan lain-lain persis sama seperti apa yang dikehendaki oleh penyampai.

Pengertian secara ‘terminologis, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan seseorang kepada orang lain’. Pengertian ini memberikan pemahaman kepada kita bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang atau manusia, sehingga komunikasi seperti ini disebut sebagai *Human Communication* (komunikasi manusia). Sedangkan pengertian secara paradigmatis, meskipun banyak definisi yang dikemukakan oleh para ahli, namun dari semua definisi itu dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku, baik langsung (komunikasi tatap muka) maupun tidak langsung (komunikasi melalui media). Dari definisi tersebut tersimpul bahwa tujuan komunikasi dalam pengertian paradigmatis adalah untuk mendapatkan efek tertentu pada Komunikan (Gunawan, 2009)

Menurut Onong Uchjana Effendy (seperti dirujuk Gunawan 2009), *efek yang ditimbulkan akibat terpaan pesan* dapat diklasifikasikan menurut

kadarnya, yakni: *efek kognitif*, *efek afektif*, dan *efek konatif/behavioral*. **Efek kognitif** adalah: ‘efek yang timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu mengenai suatu hal yang disampaikan oleh komunikator’. Dalam hal ini, komunikator hanya ingin mengubah pikiran komunikan. **Efek afektif** kadarnya lebih tinggi dari efek kognitif. Disini ‘*tujuan komunikator* tidak hanya untuk sekedar memberi tahu mengenai suatu hal kepada komunikan, tetapi berusaha agar komunikan tergerak hatinya’ dengan munculnya sikap atau perasaan tertentu, seperti perasaan iba, sedih, terharu, gembira, marah, dan sebagainya. Sedangkan **efek konasi** atau **efek behavioral** adalah: ‘efek yang kadarnya paling tinggi’, yaitu *berubahnya perilaku atau sikap komunikan setelah mendapat terpaan pesan dari komunikator*.

George A. Theodorson dan Achilles G. Theodorson dalam “*A Modern Dictionary of Sociology*” menyebutkan bahwa ‘komunikasi’ adalah: pengalihan organisasi dari satu orang atau kelompok kepada yang lain, terutama dengan menggunakan simbol. William Stephenson dalam bukunya *The Play Theory of Mass Communication* bahwa komunikasi bukan sekedar penerusan informasi dari satu sumber kepada publik, komunikasi lebih mudah dipahami sebagai penciptaan kembali gagasan-gagasan informasi oleh publik jika diberikan petunjuk dengan simbol, slogan, atau tema pokok (Nimmo, 1989 : 5).

Sebagai proses, kata Smith, komunikasi sekaligus bersifat khas dan umum, sempit dan luas dalam ruang lingkupnya. Menurutny:

Komunikasi antarmanusia merupakan suatu rangkaian proses yang halus dan sederhana. Selalu dipenuhi dengan berbagai unsur-sinyal, sandi, arti tak peduli bagaimana sederhananya sebuah pesan atau kegiatan itu. Komunikasi antarmanusia juga merupakan rangkaian proses yang beraneka ragam. Ia dapat menggunakan beratus-ratus alat yang berbeda, baik kata maupun isyarat ataupun kartu berlubang baik berupa percakapan pribadi maupun melalui media massa dengan audience di seluruh dunia...ketika manusia berinteraksi saat itulah mereka berkomunikasi...saat orang mengawasi orang lain, mereka melakukan melalui komunikasi” (Blake dan Haroldsen, 2003 : 2-3).

Sedangkan, Larry A Samovar, Richard E Porter dan Nemi C Janin dalam bukunya *Understanding Intercultural Communication* mendefinisikan:

Communication is defined as a two way on going, behaviour affecting process in which one person (a

source) intentionally encodes and transmits a message through a channel to an intended audience (receiver) in order to induce a particular attitude or behaviour (Purwasito, 2003 : 198).

Sementara itu, seorang sosiolog bernama Charles Horton Cooley berpendapat bahwa komunikasi itu merupakan mekanisme yang menyebabkan adanya hubungan antar manusia, yang memungkinkan manusia berkembang dan simbol-simbol pikiran bersama-sama dengan alat-alat untuk meneruskannya dalam ruang dan menyimpannya dalam dimensi waktu (Kincaid D. Lawrence & Schram, Wilbur, 1977: 50). Senada dengan Cooley adalah sosiolog terkenal bernama Joseph S. Roucek and Roland L. Warren (1963: 279) dalam bukunya "*Sociology And Introduction*" mengemukakan bahwa "*Communication is the process of transmitting fact, beliefs, attitudes, emotional reactions, or any other content of awareness between human beings*".

Jika dicermati apa yang dikemukakan oleh Roucek dan Warren, ternyata pengertian komunikasi itu cakupannya lebih luas. Komunikasi merupakan suatu proses. Proses apa? Proses *mentransmit*, proses memindahkan. Memindahkan apa? Yang dipindahkan adalah fakta-fakta/kenyataan-kenyataan, sikap-sikap, reaksi-reaksi emosional (seperti marah, sedih, gembira, atau mungkin kekaguman, dan sebagainya) atau dapat juga yang mengandung kesadaran-kesadaran manusia. Proses pemindahan tersebut berlangsung antara manusia satu dengan manusia lain.

Jadi, dalam perspektif Sosiologi Komunikasi, komunikasi itu tidak hanya sekedar berisi informasi, melainkan juga meliputi ungkapan-ungkapan perasaan yang pada umumnya dialami umat manusia. Sebagaimana diungkapkan William Albright dalam bukunya *Public Opinion* (dikutip oleh Siahaan, 1991: 3) bahwa "*Communication is the process of transmitting meaningful symbols between individuals*" yang kalau di-Indonesiakan komunikasi adalah proses penyampaian (pemindahan) simbol-simbol yang penuh arti antar individu. Sementara itu, Nimmo mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

"komunikasi adalah proses interaksi sosial yang digunakan orang untuk menyusun makna yang merupakan citra mereka mengenai dunia (yang berdasarkan itu mereka bertindak) dan untuk bertukar citra itu melalui simbol-simbol (Nimmo, 1993 : 6)".

Sudah cukup banyak definisi-definisi komunikasi yang telah dikemukakan; tetapi penting kiranya dikemukakan pendapat Joseph DeVito yang bukunya telah diterjemahkan ke dalam 12 bahasa. Mengapa? Hal ini penting karena di samping sederhana komunikasi juga menunjukkan sifat universal dan mengandung elemen-elemen yang ada dalam setiap tindakan komunikasi, terlepas dari apakah itu bersifat intrapribadi, antarpribadi, kelompok kecil, pidato terbuka, atau komunikasi massa. DeVito (1997; 2300) mengatakan ‘komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang berdistorsi oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik.’

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek (2003) menjelaskan beberapa elemen komunikasi, yakni:

1. *People* : dalam setiap komunikasi selalu ada *actor* (orang) baik pribadi, kelompok kecil maupun khalayak (*public*) sebagai *sender* (pengirim pesan) dengan pihak lain (*receiver*) baik pada tataran individual maupun kelompok, baik secara serah maupun timbal-balik.
2. *Message* : pesan yang disampaikan, baik dengan menggunakan simbol verbal (kata dan atau bahasa) maupun non verbal seperti *gesture* (Saudara), gerakan tubuh (kepala, tangan, mata dsb)
3. *Channes* : saluran yang dipilih dan dipergunakan dalam berkomunikasi
4. *Noise*: situasi yang gaduh atau bising sehingga sering (dapat) mengganggu komunikasi. Misalnya, ruangan yang panas, lingkungan yang sangar ramai, bau lingkungan yang tidak enak, dst
5. *Context*: perilaku (ber)komunikasi selalu terjadi (berlangsung) dalam konsteks (situasi) sosial tertentu
6. *Feedback*: respon balik dari penerima pesan, yang biasanya dibedakan ke dalam (a) *immediate* (langsung), (b) *delayed* (tertunda) dan (c) *positive/negative*
7. *Effect*: komunikasi berpengaruh (baik secara *cognitive* (pengetahuan), *affective* (sikap dan perilaku), *conative* (tindakan) maupun campuran dari ketiganya terhadap orang lain

B. KATEGORI DEFINISI KOMUNIKASI

Deddy Mulyana (2005: 61-69) mengategorikan definisi-definisi komunikasi ke dalam tiga bagian konsep seperti berikut:

1. Komunikasi sebagai tindakan satu arah.

Penyampaian pesan searah dari seseorang (atau lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang) lainnya, baik secara langsung (tatap muka) ataupun melalui media, seperti surat (selebaran), surat kabar, majalah, radio, atau televisi. Pemahaman komunikasi sebagai proses searah sebenarnya kurang sesuai bila diterapkan pada komunikasi tatap muka, namun tidak terlalu keliru bila diterapkan pada komunikasi publik (pidato) yang tidak melibatkan tanya jawab. Pemahaman komunikasi dalam konsep ini, sebagai definisi berorientasi-sumber. Definisi seperti ini mengisyaratkan komunikasi merupakan semua kegiatan yang secara sengaja dilakukan seseorang untuk menyampaikan rangsangan untuk membangkitkan respon orang lain. Dalam konteks ini, komunikasi dianggap sebagai suatu tindakan yang disengaja untuk menyampaikan pesan demi memenuhi kebutuhan komunikator, seperti menjelaskan sesuatu kepada orang lain atau membujuk orang lain untuk melakukan sesuatu.

Beberapa definisi komunikasi yang termasuk dalam konseptual tindakan satu arah, antara lain adalah

- Everet M. Rogers: *komunikasi adalah proses saat suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku.*
- Gerald R. Miller: *komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.*
- Carl R. Miller: *komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunkate).*
- Theodore M. Newcomb: *Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi terdiri atas rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.*

2. Komunikasi sebagai interaksi.

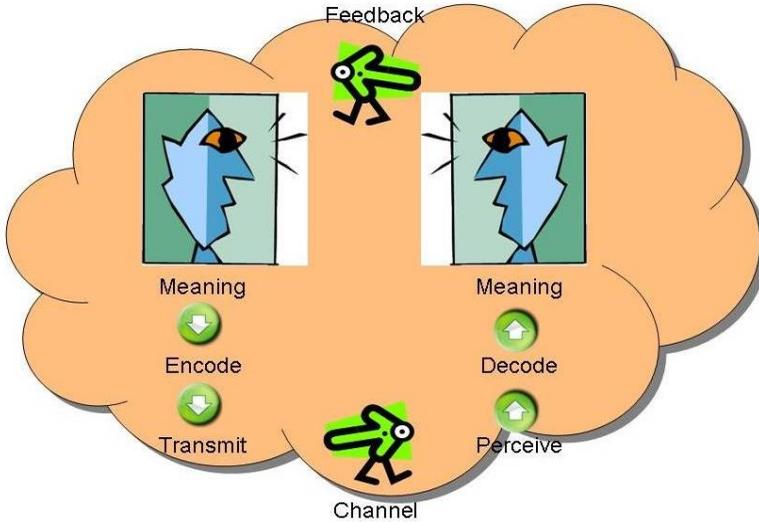
Pandangan ini menyetarakan komunikasi dengan suatu proses hubungan sebab-akibat atau aksi-reaksi, yang arahnya bergantian (*kausal*). Seseorang menyampaikan pesan, baik verbal atau nonverbal, seorang penerima bereaksi dengan memberi jawaban verbal atau nonverbal, kemudian orang pertama bereaksi lagi setelah menerima respon atau umpan balik dari orang kedua, dan begitu seterusnya.

Contoh definisi komunikasi dalam konsep ini, antara lain adalah Shanon dan Weaver (dalam Wiryanto, 2004): komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni , dan teknologi.

3. Komunikasi sebagai transaksi.

Pandangan ini menyatakan bahwa komunikasi adalah proses yang dinamis yang secara berkesinambungan mengubah pihak-pihak yang berkomunikasi. Berdasarkan pandangan ini, maka orang-orang yang berkomunikasi dianggap sebagai komunikator yang secara aktif mengirimkan dan menafsirkan pesan. Setiap saat mereka bertukar pesan verbal dan atau pesan nonverbal.

Sebagai suatu transaksi, di dalam komunikasi terjadi proses kegiatan menyampaikan dan menerima pesan. Di situ ada orang atau pihak yang berperan sebagai penyampai dan penerima pesan. Masing-masing pasti memiliki kepribadian, pengalaman, suasana hati, kesan, dan harapan yang tidak selalu sama. Selain itu, para pelaku komunikasi memainkan peran tertentu. Apa yang kita perankan ditentukan oleh masyarakat (norma sosial), hubungan pribadi, serta aturan yang mengendalikan segala sesuatu dari pemilihan kata sampai dengan bahasa tubuh.



Gambar 1.2
Komunikasi sebagai Transaksi

Atas dasar itu, keberhasilan suatu komunikasi akan ditentukan oleh kemampuan komunikator menyesuaikan diri dengan mitra komunikasinya dan peran yang dimainkan, tujuan, serta situasi dan konteks.

Beberapa definisi komunikasi yang termasuk dalam konsep transaksi ini antara lain adalah:

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

C. DIMENSI LINGKUNGAN KOMUNIKASI

Setelah mengetahui mengenai definisi komunikasi penting kiranya untuk dapat membedakan lingkungan komunikasi. Dimensi lingkungan (konteks) komunikasi akan kita lihat berdasarkan konsep De Vito. De Vito (1997)

menegaskan bahwa lingkungan (konteks) komunikasi setidaknya memiliki tiga dimensi, yaitu; 1) dimensi fisik, 2) dimensi sosial-psikologis, dan 3) dimensi temporal. Secara lebih mendalam, DeVito menjelaskan ketiga konsep tersebut sebagai berikut:

1. Dimensi fisik

Menurut DeVito, bahwa ruang atau bangsal, atau taman tempat komunikasi itu berlangsung disebut konteks atau lingkungan fisik. Yang dimaksud lingkungan konteks atau lingkungan fisik dalam hal ini adalah lingkungan nyata atau berwujud (*tangible*). Lingkungan fisik ini, apapun bentuknya, mempunyai pengaruh tertentu atas kandungan pesan kita (apa yang kita sampaikan) selain juga bentuk pesan (bagaimana kita menyampaikannya).

2. Dimensi Sosial-Psikologis

Dimensi sosial-psikologis ini meliputi, misalnya tata hubungan status di antara mereka yang terlibat, peran dan permainan yang dijalankan orang, serta aturan budaya: masyarakat di mana mereka berkomunikasi. Lingkungan atau konteks ini juga mencakup rasa persahabatan atau permusuhan, formalitas atau informalitas, serius atau senda-gurau. Komunikasi yang dibolehkan pada suatu pesta wisuda mungkin tidak dibolehkan di rumah sakit. Tentu saja Saudara paham dengan apa yang dimaksud oleh Vito. Komunikasi yang terjalin di antara hadirin pada pesta wisuda tentunya semuanya dalam suasana gembira. Sementara itu suasana rumah sakit kebanyakan bernuansa sedih, iba, dan harus pandai-pandai menyesuaikan diri dengan suasana lingkungan.

3. Dimensi Temporal atau Waktu

Dimensi ini mencakup waktu dalam sehari maupun waktu dalam hitungan sejarah di mana komunikasi tersebut berlangsung. Bagi sejumlah orang, pagi hari bukanlah waktu yang tepat untuk berkomunikasi. Sementara bagi orang lain, pagi hari justru merupakan waktu yang ideal untuk berkomunikasi. Dapat dibandingkan antara orang yang sibuk dengan pekerjaannya pada pagi hari dengan orang-orang yang suka begadang pada malam hari, yang di pagi harinya masih merasa loyo serta ingin bermalas-malas.

Selain itu, De Vito juga mengemukakan bahwa *waktu* (konteks) adalah penting diperhatikan, karena kelayakan dan dampak dari suatu pesan bergantung, pada waktu atau saat dikomunikasikan. Bayangkan, bagaimana

pesan-pesan mengenai sikap dan nilai rasial, seksual, atau keagamaan disampaikan dan ditanggapi dalam berbagai waktu sepanjang sejarah. Yang lebih penting lagi adalah bagaimana suatu pesan tertentu disesuaikan dengan rangkaian temporal peristiwa komunikasi.

Sebagai contoh, ingat-ingatlah berbagai makna pujian “sederhana” yang Saudara sampaikan kepada seorang kawan; apakah ketika Saudara menyajikan makan malam kepada teman dekat Saudara. Apakah Saudara sampaikan segera setelah kawan itu memuji Saudara atau segera setelah Saudara minta tolong kepadanya, atau selama perdebatan terjadi dengan rekan-rekan Saudara. Ketiga dimensi lingkungan ini saling berkaitan secara interaksional; masing-masing mempengaruhi dan dipengaruhi oleh yang lain. Sebagai contoh, terlambat memenuhi janji kencan (lingkungan atau konteks temporal) dapat mengakibatkan berubahnya suasana persahabatan-permusuhan (lingkungan sosial-psikologis), yang kemudian dapat menyebabkan perubahan kedekatan fisik dan pemilihan rumah makan untuk makan malam (lingkungan fisik). Perubahan-perubahan ini dapat menimbulkan banyak perubahan lain. Memang, proses komunikasi itu tidak pernah statis (DeVito, 1997 : 24-26). Demikianlah secara singkat telah diuraikan pengertian dari komunikasi dan faktor-faktor yang ikut berpengaruh terhadap pelaksanaan atau terjadi komunikasi.

D. KONTAK, KOMUNIKASI, INTERAKSI SOSIAL DAN PROSES SOSIAL

Empat konsep (**kontak sosial, komunikasi, interaksi sosial dan proses sosial**) penting diperhatikan mahasiswa, terutama untuk dapat menjelaskan dan menganalisis komunikasi dalam perspektif sosiologis. Keempatnya saling berkaitan satu sama lain, bahkan saling mensyaratkan. Baiklah, mari kita jelaskan satu persatu dan kemudian kita lihat keterkaitannya satu dengan yang lain.

Kata “**kontak**” berasal dari bahasa Latin *con* atau *cu*; artinya bersama-sama dan *tango*, artinya menyentuh. Secara harafiah, kontak berarti menyentuh secara bersama-sama. Menyentuh, bisa secara fisik dan non fisik. Kontak (secara fisik), berarti terjadi hubungan badaniah. Misalnya, ketika Yudianto sedang berjalan ke kampus secara tak sengaja berpapasan dan bersenggolan dengan Yuanita yang sedang berjalan berlawanan. Ketika

keduanya bersenggolan (bersentuhan) masing-masing pihak sadar, merasa dan mengetahui bahwa mereka telah ber(ter)sentuh secara fisik.

1. **Kontak sosial** berarti “menyentuh” secara sosial. Maksudnya adalah Seseorang menyadari kehadiran orang lain meski tidak saling mengenal, apalagi saling menyentuh secara fisik. Misalnya, Jatmiko yang tinggal di salah satu perumahan di Kabupaten Fak Fak mengetahui dan menyadari ada tetangga baru yang baru pindah dari Jakarta. Bahkan kontak sosial juga dapat terjadi tanpa harus mengetahui kehadiran orang lain secara langsung sebagaimana contoh Jatmiko di atas; yakni melalui teknologi komunikasi Suparno yang tinggal di ujung Kabupaten Tulungagung sekalipun, dapat melakukan kontak sosial melalui teknologi komunikasi yang semakin canggih dengan Bonar Sibutar-butar di Sumatera Utara. Sebagai ‘gejala sosial’, kontak sosial tidak perlu berarti suatu hubungan langsung, apalagi badaniah (*fisically*), sebab pada era dimana teknologi berkembang dengan cepat dan mudah diakses, maka orang dapat menyentuh berbagai pihak tanpa menyentuhnya.

Suatu kontak dapat bersifat *primer* atau *sekunder*.

- a. Kontak primer terjadi apabila yang mengadakan hubungan langsung bertemu dan berhadapan muka.
- b. Kontak sekunder memerlukan suatu perantara. Sekunder dapat dilakukan secara langsung. Hubungan-hubungan yang sekunder tersebut dapat dilakukan melalui alat-alat telepon, telegraf, radio, dst.

Setelah Suparno dan Bonar Sibutar-butar; atau Yudianto dan Yuanita saling mengetahui kehadiran masing-masing (baik fisik maupun non fisik) dan saling tertarik, maka langkah berikutnya yang mungkin akan dilakukan adalah melakukan **komunikasi**. Arti terpenting komunikasi adalah bahwa seseorang memberikan tafsiran atas perilaku orang lain (yang berwujud pembicaraan, gerak-gerak badaniah atau sikap), perasaan-perasaan apa yang ingin disampaikan oleh orang tersebut. Orang yang bersangkutan kemudian memberikan reaksi terhadap perasaan yang ingin disampaikan oleh orang lain tersebut. Dengan adanya komunikasi sikap-sikap dan perasaan suatu kelompok atau individu dapat diketahui oleh kelompok lain atau yang lainnya. Hal itu merupakan bahan untuk menentukan reaksi apa yang akan dilakukannya.

2. **Komunikasi** berasal dari bahasa Latin; *communication* yang berarti pemberitahuan (pertukaran pikiran). Karena itu, dalam komunikasi harus terdapat kesamaan pemaknaan atas pesan (simbol) agar terjadi suatu pertukaran pikiran atau pengertian, antara komunikator (penyebarnya) dan komunikan (penerima pesan). Proses komunikasi dapat diartikan sebagai transfer informasi atau pesan-pesan dari pengirim pesan sebagai komunikator dan penerima pesan sebagai komunikan, dalam komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling pengertian antar kedua belah pihak (Rosadi, 2001).

Dengan kata lain, komunikasi terjadi karena adanya pesan (*message*) dan penerima pesan (*reciever*). Dalam komunikasi akan selalu ada simbol yang (entah sengaja atau tak sengaja) dari masing-masing pihak yang melakukan kontak (fisik maupun sosial). Simbol itulah yang menjadi pesan (*message*) dan kemudian diartikan dan dimaknai oleh pihak penerima (*reciever*). Ketika masing-masing pihak saling memberikan makna dan arti atas simbol yang ada, dan saling mengerti makna dan maksud simbol, maka kemudian terjadilah apa yang disebut interaksi sosial.

3. **Interaksi sosial** (*social interaction*) secara sederhana dapat diartikan sebagai hubungan sosial antara dua orang atau lebih yang saling mempengaruhi. Interaksi sosial demikian ini hanya akan terjadi jika masing-masing pihak saling mengerti dan memahami terhadap simbol-simbol yang ada dalam komunikasi. Oleh karena itu, tidak akan ada interaksi sosial tanpa adanya komunikasi dan kontak sosial.

Interaksi sosial, baik antarindividu, antara individu dan kelompok maupun antarkelompok yang berlangsung begitu rupa, berlangsung konstan, terus menerus dan lama, maka akan terbangun suatu pola interaksi sosial yang baku, berpola dan standar (*pattern of behavior*). Inilah yang kemudian disebut dengan **proses sosial** (*social process*).

4. **Proses sosial** adalah: aktifitas 'interaksi sosial' yang berlangsung secara terus-menerus, konstan dan dalam waktu yang cukup lama sehingga membentuk tatanan perilaku yang ajeg, baku dan tetap. *Tatanan perilaku* sosial hasil proses sosial inilah yang dalam perspektif sosiologi acap disebut dengan '*struktur sosial*'.

Berdasar penjelasan di atas, Saudara tentu berpikir: betulkah keempat konsep (kontak, komunikasi, interaksi sosial dan proses sosial) saling berkaitan, bahkan saling mensyaratkan? Kalau Saudara telah mengerti dan memahami penjelasan di atas, tentu sudah bisa menjawabnya! Betul bahwa kontak (fisik dan atau sosial) mendasari terjadinya komunikasi. Tidak akan ada komunikasi tanpa ada kontak. Komunikasi merupakan syarat terjadinya interaksi sosial. Tidak mungkin ada interaksi tanpa didasari oleh adanya komunikasi sebelumnya. Proses sosial (perilaku sosial yang terpola, struktur sosial) tidak akan pernah ada kalau tidak ada interaksi sosial, komunikasi dan kontak.

Proses sosial sesungguhnya adalah realitas kehidupan masyarakat sehari-hari. Coba Saudara perhatikan, bagaimana kehidupan masyarakat berlangsung sehari-hari. Di dalamnya pasti ada tatanan sosial (struktur sosial), terjadi komunikasi, hubungan-hubungan sosial dan sudah pasti juga kontak sosial. Dalam konteks inilah mengapa Sosiologi mempelajari komunikasi dalam konteks proses dan interaksi sosial, terutama dalam mencapai tujuan-tujuan kelompok. Lihat pula bagaimana beberapa definisi komunikasi yang menggunakan perspektif sosiologi. Misalnya, Colin Cherry (1964) mendefinisikan komunikasi sebagai “usaha untuk membuat satuan sosial dari individu dengan menggunakan bahasa atau tanda, dan memiliki bersama serangkaian peraturan untuk berbagai kegiatan mencapai tujuan”

E. PROSES KOMUNIKASI

Dengan demikian proses komunikasi melibatkan komunikator, pesan, media, komunikan dan efek yang ditimbulkan dari proses tersebut

Proses merupakan suatu ‘kegiatan atau aktivitas secara terus-menerus yang dilakukan dalam kurun waktu

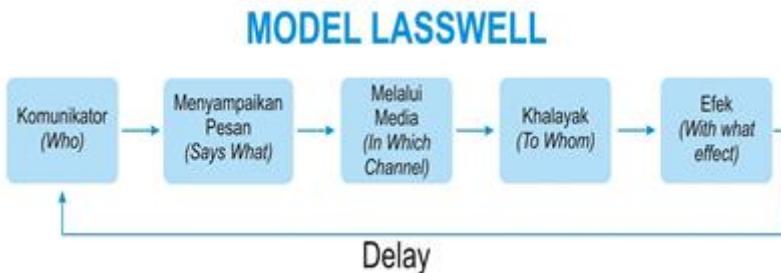
tertentu’. Kalau Saudara sedang makan siang misalnya, itu adalah proses. Mengapa? Karena Saudara melakukan aktivitas, sejak mulai mengambil nasi, mengambil sayur dan lauk-pauk, dan kemudian Saudara menyantapnya dengan nikmat sampai habis. Saudara kerjakan aktivitas tersebut dari waktu tertentu sampai pada waktu tertentu pula. Tentu saja, yang namanya proses itu bisa memakan waktu yang relatif pendek, akan tetapi dapat pula memakan waktu yang sangat panjang. Melakukan berbagai kegiatan akademik sejak

tingkat pertama sampai dengan akhir masa studi Saudara, dan meraih keserjanaan, adalah juga suatu proses.

Harold Lasswell dalam bukunya, *The Structure and Function of Communication in Society*, mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Pemikiran Lasswell ini menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yaitu:

1. Komunikator (siapa yang mengatakan?)
2. Pesan (mengatakan apa?)
3. Media (melalui saluran/channel/media apa?)
4. Komunikan (kepada siapa?)
5. Efek (dengan dampak/efek apa?).

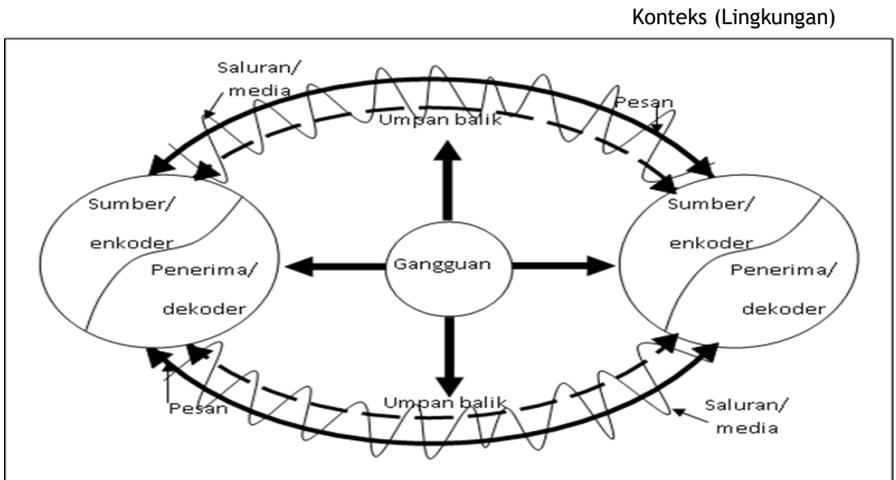
Jadi berdasarkan paradigma Lasswell, secara sederhana proses komunikasi adalah pihak komunikator membentuk (*encode*) pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu.



Gambar 1.3.
Bagan Proses Komunikasi menurut Harold Laswell

Pawito dan Sardjono (1994) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses dengan mana suatu pesan dipindahkan atau dioperkan (lewat suatu saluran) dari suatu sumber kepada penerima dengan maksud mengubah perilaku, perubahan dalam pengetahuan, sikap dan atau perilaku *overt* lainnya. Sekurang-kurangnya didapati 4 (empat) unsur utama dalam model komunikasi yaitu sumber (*the source*), pesan (*the message*), saluran (*the channel*) dan penerima (*the receiver*).

Pada dasarnya setiap proses komunikasi bertujuan menyampaikan suatu pesan atau informasi hingga pesan tersebut dapat diterima oleh si-penerima setepat mungkin; apapun bentuk dan cara penyampaiannya. Namun demikian, apa yang sering terjadi; pesan atau informasi itu berubah arti (distorsi) dari pesan yang diharapkan untuk diterima. Suatu distorsi (penyimpangan/kekeliruan) terjadi akibat gangguan (*noise*) dalam proses komunikasi. Distorsi sebenarnya tidak boleh terlalu banyak dan sering terjadi. Kalaupun tidak bisa dihindari keterjadian distorsi berlangsung secara minimal. Untuk itu hendaknya dapat ditelusuri dan dipelajari komponen-komponen komunikasi yang terlibat sebagai potensi terjadinya distorsi tersebut. Dengan cara demikian komunikasi kita akan menjadi lebih hati-hati dan efektif.



Gambar 1.4
Model Universal Komunikasi

Bagan di atas memperlihatkan 8 (delapan) komponen dari proses komunikasi yang perlu dicermati setiap komunikator, yaitu:

1. Konteks (lingkungan) komunikasi
2. Sumber-penerima
3. Enkoding-dekoding
4. Kompetensi komunikasi
5. Pesan dan saluran
6. Umpan balik

7. Gangguan
8. Efek Komunikasi

Pertama: Konteks (lingkungan) merupakan sesuatu yang kompleks. Antara dimensi fisik, sosial-psikologis dan dimensi temporal saling mempengaruhi satu sama lain. Kita mesti memahami bahwa kenyamanan ruangan, peranan seseorang dan tafsir budaya serta hitungan waktu, merupakan contoh dari sekian banyak unsur lingkungan komunikasi. Komunikasi sering berubah-ubah, tidak pernah statis melainkan selalu dinamis.

Kedua: Komponen sumber-penerima menunjukkan bahwa keterlibatan seseorang dalam berkomunikasi bahwa ia adalah sumber yang juga penerima. Sebagai sumber dalam berkomunikasi menunjukkan bahwa Saudara mengirim pesan. Saudara mengirim pesan berarti Saudara berbicara, menulis, memberikan isyarat tubuh atau tersenyum. Tetapi ingat, pada saat Saudara mengirim pesan, Saudarapun menerima pesan. Saudara menerima pesan berarti Saudara menerima pesan Saudara sendiri dengan mendengar diri sendiri dan merasakan gerakan atau isyarat tubuh Saudara sendiri. Saudara menerima pesan orang lain, berarti Saudara mendengarkan, melihat secara visual bahkan melalui merabanya atau menciumnya. Pada saat Saudara berbicara dengan orang lain, Saudara berusaha memandangnya untuk memperoleh tanggapan: dukungan, pengertian, simpati, dan sebagainya; dan pada saat Saudara menyerap isyarat-isyarat non-verbal, Saudara menjalankan fungsi penerima dalam berkomunikasi.

Ketiga: Enkoding-Dekoding. Baik sebagai sumber ataupun sebagai penerima, seseorang mengawali proses komunikasi dengan mengemas pesan (pikiran atau suatu ide) yang dituangkan ke dalam gelombang suara (lembut, berapi-api, tegas, marah dan sebagainya) atau ke dalam selembar kertas. Kode-kode yang dihasilkan ini berlangsung melalui proses pengkodean (enkoding). Bagaimana suatu pesan terkodifikasi, amat tergantung pada keterampilan, sikap, pengetahuan dan sistem sosial budaya yang mempengaruhi. Artinya, keyakinan dan nilai-nilai yang dianut memiliki peranan dalam menentukan tingkat efektivitas sumber komunikasi. Proses kodifikasi (pengkodean) di pihak sumber komunikasi hingga pesan itu terkode, pada dasarnya mengandung unsur penafsiran subjektif atas ‘simbol-simbol atau artifak’ yang dari perspektif sosial budaya bisa menimbulkan distorsi bahkan makna yang berlainan sama sekali.

Distorsi adalah istilah yang dekat dengan istilah *noise* atau gangguan seringkali semakin sulit diatasi karena terjadi oleh perbedaan persepsi yang dilandasi motivasi kebudayaan yang berbeda. Sebelum suatu pesan itu disampaikan atau diterima, dalam berkomunikasi kita berusaha menghasilkan pesan simbol-simbol yang patut diterjemahkan terlebih dahulu ke dalam ragam kode atau simbol tertentu oleh si-penerima melalui mendengarkan atau membaca. Inilah pengkodean kembali (*dekoding*) dari pesan yang dikirim dan tentu saja tidak akan lepas dari adanya keterbatasan penafsiran pesan. Seperti halnya kodifikasi pesan oleh si pengirim, pengkodean di pihak si-penerimapun dibatasi oleh keterampilan, sikap, pengetahuan dan sistem sosial budaya yang dianut. Suatu distorsi komunikasi akan terjadi di sini. Karena itu, jika si-pengirim harus terampil berbicara dan menulis, si-penerima pesan harus terampil mendengarkan dan membaca.

Keempat: Kompetensi Komunikasi; mengacu pada kemampuan Saudara berkomunikasi secara efektif (dari Spitzberg dan Cupach, 1989). Kompetensi ini mencakup pengetahuan tentang peran lingkungan dalam mempengaruhi isi dan bentuk pesan komunikasi. Suatu topik pembicaraan dapat dipahami bahwa hal itu layak dikomunikasikan pada orang tertentu dalam lingkungan tertentu, tetapi hal itu pula tidak layak untuk orang dan lingkungan yang lain. Kompetensi komunikasi juga mencakup kemampuan tentang tatacara perilaku non-verbal seperti kedekatan, sentuhan fisik, dan suara keras. Masalah kompetensi komunikasi dapat mengungkapkan mengapa seseorang begitu mudah menyelesaikan studi, begitu cepat membina karir, begitu menyenangkan dalam berbicara, sedang yang lainnya tidak. Saudara di sini dituntut dapat meningkatkan kompetensi komunikasi, sehingga menjadi banyak pilihan untuk Saudara berperilaku.

Kelima: Pesan dan Saluran. Pesan sebenarnya merupakan produk fisik dari proses kodifikasi. Jika seseorang itu berbicara, maka pembicaraan itu adalah pesan. Jika seseorang itu menulis, maka tulisan itu adalah pesan. Bila kita melakukan suatu gerakan, maka gerakan itu adalah pesan. Pesan itu dipengaruhi oleh kode atau kelompok simbol yang digunakan untuk mentransfer makna atau isi dari pesan itu sendiri dan dipengaruhi oleh keputusan memilih dan menata kode dan isi tersebut.

Menurut Sendjaja (1994) mengutip pendapat Reardon, bahwa kendala utama dalam berkomunikasi seringkali karena lambang atau simbol yang sama mempunyai makna yang berbeda. Artinya, kekurangcermatan di dalam memilih kode atau mentransfer makna dan menata kode dan isi pesan, dapat

menjadi sumber distorsi komunikasi. Karena itu komunikasi menurut mereka seharusnya dipertimbangkan sebagai aktivitas dimana tidak ada tindakan atauungkapan yang diberi makna secara penuh, kecuali jika diinterpretasikan oleh partisipan yang terlibat.

Saluran merupakan '*medium*'; lewat mana suatu pesan itu berjalan. Saluran dipilih oleh sumber komunikasi. Sumber komunikasi dalam organisasi biasanya ditetapkan menurut jaringan otoritas yang berlaku bertalian dengan pelaksanaan pekerjaan secara formal dalam organisasi itu. Sedangkan saluran informal biasanya digunakan untuk meneruskan pesan-pesan pribadi atau pesan-pesan sosial yang menyertai pesan-pesan yang disampaikan secara formal. Dalam memilih saluran atau medium untuk penyampaian pesan inipun tidak pernah luput dari kelemahan dan kekurangan yang ada yang menimbulkan suatu distorsi dalam komunikasi.

Keenam: Umpan Balik dan Maju. Suatu cara yang dapat dipertimbangkan untuk menghindari dan mengoreksi terjadinya distorsi disarankan untuk menggunakan komunikasi interpersonal; dan menghidupkan proses umpan balik secara efektif. Umpan balik merupakan pengecekan tentang sejauhmana sukses dicapai dalam mentransfer makna pesan sebagaimana dimaksudkan semula. Setelah si-penerima pesan melaksanakan pengkodean kembali, maka yang bersangkutan sesungguhnya telah berubah menjadi sumber. Maksudnya bahwa yang bersangkutan mempunyai tujuan tertentu, yakni untuk memberikan respon atas pesan yang diterima, dan ia harus melakukan pengkodean sebuah pesan dan mengirimkannya melalui saluran tertentu kepada pihak yang semula bertindak sebagai pengirim. Umpan balik menentukan apakah suatu pesan telah benar-benar dipahami atau belum dan adakah suatu perbaikan patut dilakukan. Karena itu umpan balik harus dihidupkan!

Ketujuh: Gangguan; merupakan komponen yang mendistorsi pesan. Gangguan merintangikan sumber dalam mengirim pesan dan merintangikan penerima dalam menerima pesan. Gangguan ini dapat berupa fisik, psikologis dan semantik. Bukankah desingan suara mobil, pandangan atau pikiran yang sempit dan penggunaan istilah yang menimbulkan arti yang berbeda-beda, merupakan contoh dari masing-masing jenis gangguan yang dapat mendistorsi pesan yang dimaksudkan dalam komunikasi.

Kedelapan: Efek Komunikasi. Pada setiap peristiwa komunikasi selalu mempunyai konsekuensi atau dampak atas satu atau lebih yang terlibat.

Dampak itu berupa perolehan pengetahuan, sikap-sikap baru atau memperoleh cara-cara/gerakan baru sebagai refleksi psiko-motorik.

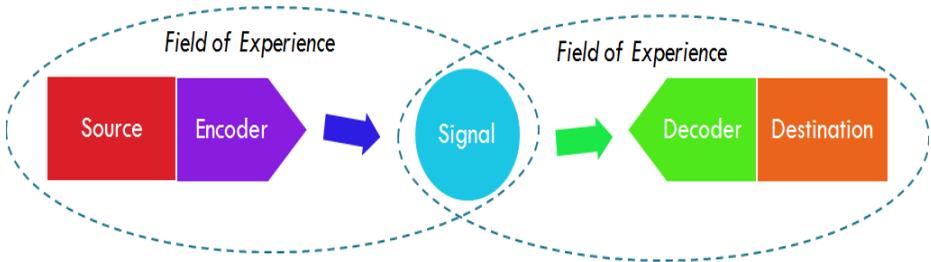
Proses yang terjadi dalam komunikasi secara umum dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu: proses secara primer (*primary process*) dan proses secara sekunder (*secondary process*).

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (gesture, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat/mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

Seperti telah diuraikan sebelumnya bahwa komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan kata lain, komunikasi adalah proses membuat pesan yang setara bagi komunikator dan komunikan. Prosesnya sebagai berikut, pertama-tama komunikator menyandi (*encode*) pesan yang akan disampaikan kepada komunikan. Ini berarti komunikator memformulasikan pikiran dan atau perasaannya ke dalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Kemudian giliran komunikan untuk menterjemahkan (*decode*) pesan dari komunikator. Ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran dan atau perasaan komunikator tadi dalam konteks pengertian. Yang penting dalam proses penyandian (*coding*) adalah komunikator dapat menyandi dan komunikan dapat menerjemahkan sandi tersebut (terdapat kesamaan makna).

Wilbur Schramm (dalam Effendy, 1994) menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil (terdapat kesamaan makna) apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang diperoleh oleh komunikan. Schramm menambahkan, bahwa bidang (*field of experience*) merupakan faktor penting dalam komunikasi. Jika pengalaman komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, komunikasi akan berlangsung lancar. Sebaliknya, bila bidang pengalaman komunikan tidak sama dengan bidang pengalaman komunikator, akan timbul kesukaran untuk mengerti satu sama lain.



Gambar. 1.5
Model Komunikasi Menurut Wilbur Schramm

Sebagai contoh seperti yang diungkapkan oleh Sendjaja (1994:33) yakni : Si A seorang mahasiswa ingin berbincang-bincang mengenai perkembangan valuta asing dalam kaitannya dengan pertumbuhan ekonomi. Bagi si A tentunya akan lebih mudah dan lancar apabila pembicaraan mengenai hal tersebut dilakukan dengan si B yang juga sama-sama mahasiswa. Seandainya si A tersebut membicarakan hal tersebut dengan si C, seorang pemuda tamatan SD tentunya proses komunikasi tidak akan berjalan sebagaimana mestinya seperti yang diharapkan si A. Karena antara si A dan si C terdapat perbedaan yang menyangkut tingkat pengetahuan, pengalaman, budaya, orientasi dan mungkin juga kepentingannya.

Contoh tersebut memberikan gambaran bahwa proses komunikasi akan berjalan baik atau mudah apabila di antara pelaku (sumber dan penerima) relatif sama. Artinya apabila kita ingin berkomunikasi dengan baik dengan seseorang, maka kita harus mengolah dan menyampaikan pesan dalam bahasa dan cara-cara yang sesuai dengan tingkat pengetahuan, pengalaman, orientasi dan latar belakang budayanya. Dengan kata lain komunikator perlu mengenali karakteristik individual, sosial dan budaya dari komunikan.

Dunia manusia adalah dunia simbol. Ketidakhadiran simbol, membuat manusia tidak dapat berkembang seperti sekarang ini. Dalam teori interaksionis Simbolik ditegaskan, bahwa ada dua hal penting yang menandai kehidupan manusia, yaitu interaksi dan simbol. Interaksi itu penting, karena dia menunjukkan kehidupan sosial, di mana orang saling mengerti, saling menanggapi dan saling berkomunikasi. Saudara mungkin segera bertanya, bukankah binatang juga berinteraksi? Saudara benar! Namun yang tidak boleh kita lupakan adalah bahwa interaksi binatang dengan interaksi manusia itu berbeda secara prinsip.

Proses dalam Komunikasi dibedakan menjadi dua yakni:

- 1) Komunikasi Primer dengan menggunakan simbol dalam penyampaiannya baik pesan verbal maupun non verbal,
- 2) Komunikasi Sekunder yakni penyampaian pesan menggunakan sarana selain simbol, sebagaimana pesan/informasi yang dituliskan melalui media cetak

Binatang berinteraksi dengan sesamanya dengan menggunakan naluri atau instink-nya, yaitu suatu kemampuan yang dibawanya sejak lahir, tanpa perlu dipelajari. Melalui naluri atau instink-nya binatang memenuhi berbagai kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan makan, minum, melindungi diri dan para warganya, sampai dengan pemenuhan kebutuhan akan seksualitas. Hal ini sangat berbeda dengan interaksi manusia yang menggunakan simbol-simbol yang diciptakan, dikembangkan, bahkan diubahnya sesuai dengan

kebutuhannya dengan simbol berupa bahasa, manusia dapat mengkomunikasikan segala isi pikiran dan ungkapan perasaannya, sehingga orang lain dapat memahami, merasakan dan bertindak sesuai dengan kehendak kita.

Berkaitan dengan bahasa sebagai simbol yang paling memadai dalam komunikasi antar manusia ini, De Vito dalam salah satu bagian tulisannya, tentang bahasa sebagai suatu sistem simbol menyatakan bahwa:

“bahasa dapat dibayangkan sebagai kode, atau sistem simbol, yang kita gunakan untuk membentuk pesan-pesan verbal kita. Kita dapat mendefinisikan bahasa sebagai sistem produktif yang dapat dialihkan dan terdiri atas simbol-simbol yang cepat lenyap (*rapidly fading*), bermakna bebas (*arbitrary*) serta dipancarkan secara kultural” (DeVito, 1997: 119).

2. Proses Komunikasi Sekunder

Proses *komunikasi secara sekunder* adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam menyampaikan komunikasi karena komunikan sebagai sasaran berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah,

radio, televisi, film, dan sebagainya adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (surat kabar, televisi, radio, dan sebagainya.) dan media nir massa (telepon, surat, megapon, dan sebagainya.).

F. UNSUR-UNSUR KOMUNIKASI

Komunikasi sebagaimana telah disinggung di atas mempunyai unsur-unsur antara lain:

1. Sumber

Sumber adalah dasar yang digunakan dalam penyampaian pesan dan digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri. Sumber dapat berupa orang, lembaga, buku, dokumen dan sejenisnya.

2. Komunikator

Dalam komunikasi, setiap orang atau kelompok dapat menyampaikan pesan-pesan komunikasi itu sebagai suatu proses dimana komunikator dapat menjadi komunikan, sebaliknya komunikan dapat menjadi komunikator.

a. Penampilan

Khusus dalam komunikasi tatap muka atau yang menggunakan media pandang dengan audio visual, seorang komunikator harus menyesuaikan diri dengan lingkungan dan komunikan. Penampilan ini sesuai dengan tata krama dengan memperhatikan keadaan, waktu dan tempat.

b. Penguasaan masalah

Seseorang yang tampil atau ditampilkan sebagai komunikator haruslah betul-betul menguasai masalahnya. Apabila tidak maka setelah proses komunikasi berlangsung akan menimbulkan ketidakpercayaan terhadap komunikator dan akhirnya terhadap pesan itu sendiri yang akan menghambat terhadap efektivitas komunikasi. Dalam suatu proses komunikasi timbal balik, yang lebih menguasai masalah akan cenderung memenangkan tujuan komunikasi.

c. Penguasaan bahasa

Komunikator harus menguasai bahasa dengan baik. Bahasa ini adalah bahasa yang digunakan dan dapat dipahami komunikan,

komunikator mutlak menguasai istilah-istilah umum yang digunakan oleh lingkungan tertentu atau khusus. Penguasaan bahasa akan sangat membantu menjelaskan pesan-pesan apa yang ingin kita sampaikan kepada audience itu. Tanpa penguasaan bahasa secara baik dapat menimbulkan kesalahpenerafsiran ataupun menimbulkan ketidakpercayaan terhadap komunikator.

3. Pesan

Pesan adalah keseluruhan dari yang disampaikan oleh komunikator. Pesan ini mempunyai inti pesan sebenarnya menjadi pengarah di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat secara panjang lebar mengupas berbagai seni, namun inti pesan dari komunikasi akan selalu mengarah kepada tujuan akhir komunikasi itu.

a. Penyampaian pesan

Melalui lisan, *face to face*, langsung menggunakan media, saluran dan sebagainya

b. Bentuk pesan: Informatif, persuasif, koersif

1) Informatif

Bersifat memberikan keterangan-keterangan/fakta-fakta, kemudian komunikan mengambil keputusan. Dalam situasi tertentu pesan informatif justru lebih berhasil daripada persuasif, misalnya jika *audience* adalah kalangan cendekiawan.

2) Persuasif

Berisikan bujukan, yaitu membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan perubahan sikap, tetapi berubahnya adalah atas kehendak sendiri (bukan dipaksakan). Perubahan tersebut diterima atas kesadaran sendiri.

Komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek . unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.

3) Koersif

Penyampaian pesan yang bersifat memaksa dan dengan menggunakan sanksi-sanksi apabila tidak dilaksanakan.

4. *Chanel*/Saluran

Chanel adalah *saluran* penyampaian pesan, biasa juga disebut dengan *media*. *Media komunikasi* dapat dikategorikan dalam dua bagian, yaitu: media umum dan media massa. *Media umum* adalah media yang dapat digunakan oleh segala bentuk komunikasi, contohnya radio dan sebagainya. *Media massa* adalah media yang digunakan untuk komunikasi massa. Disebut demikian karena sifatnya yang massal. Misalnya televisi dan sebagainya.

5. Komunikasi

Komunikasi dapat kita golongan ke dalam tiga jenis yaitu; personal, kelompok dan massa. Dari segi sasarannya maka komunikasi ditujukan atau diarahkan ke dalam komunikasi personal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa.

a. Komunikasi personal

Komunikasi yang ditujukan kepada sasaran tunggal. Bentuknya bisa bertukar pikiran dan sebagainya. Komunikasi personal efektivitasnya paling tinggi karena komunikasinya timbal balik dan terkonsentrasi.

b. Komunikasi kelompok

Komunikasi yang ditujukan kepada kelompok tertentu. Kelompok tertentu adalah suatu kumpulan manusia yang mempunyai hubungan sosial yang nyata dan memperlihatkan struktur yang nyata pula. Bentuk-bentuk komunikasi kelompok adalah: ceramah, briefing, dan lain-lain. Komunikasi kelompok lebih efektif dalam pembentukan sikap personal daripada komunikasi massa namun kurang efisien, sebaliknya kurang efektif dibanding dengan komunikasi personal tetapi lebih efisien.

c. Komunikasi massa

Komunikasi yang ditujukan kepada massa atau komunikasi yang menggunakan media massa. Massa adalah kumpulan orang-orang yang hubungan antar sosialnya tidak jelas dan tidak mempunyai struktur tertentu. Komunikasi massa sangat efisien karena dapat menjangkau daerah yang luas dan *audience* yang praktis tak terbatas, namun komunikasi kurang efektif dalam pembentukan sifat

persona karena sifat komunikasi massa tidak kemudian dapat diterima langsung oleh massa tetapi melalui *opinion leader* yang kemudian menerjemahkan apa yang disampaikan dalam komunikasi massa itu kepada komunikan.

6. Efek

Efek adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yaitu sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan. Apabila sikap dan tingkah laku orang lain itu sesuai maka komunikasi berhasil, demikian pula sebaliknya.

G. FUNGSI KOMUNIKASI

Sebenarnya untuk apa kita berkomunikasi? Ya, bermacam-macam untuk saling mengakrabkan diri, saling tukar informasi, saling menghibur dan memotivasi, dan sebagainya. Akan tetapi, intinya seseorang berkomunikasi agar ia dapat dipahami dan memahami orang lain dan dunia ini.

Setiap peristiwa komunikasi memiliki satu fungsi atau lebih, sebagaimana fungsi komunikasi yang diungkapkan **William I. Gordon** (dalam Deddy Mulyana, 2005 : 5-30) dengan mengategorikan **empat fungsi komunikasi** yaitu:

1. Sebagai komunikasi sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk *membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup*, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan-hubungan orang lain. Melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, desa, dan negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama. Komunikasi penting antara lain untuk :

a. *Pembentukan konsep diri.*

Konsep diri adalah pandangan kita mengenai diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Melalui komunikasi dengan orang lain kita belajar bukan saja mengenai siapa kita, namun juga bagaimana kita merasakan siapa kita. Saudara mencintai diri Saudara bila Saudara telah dicintai; Saudara berpikir

Saudara cerdas bila orang-orang sekitar Saudara menganggap Saudara cerdas; Saudara merasa tampan atau cantik bila orang-orang sekitar Saudara juga mengatakan demikian.

George Herbert Mead (dalam Jalaluddin Rakhmat, 1994) mengistilahkan *significant others* (orang lain yang sangat penting) untuk orang-orang di sekitar kita yang mempunyai peranan penting dalam membentuk konsep diri kita. Ketika kita masih kecil, mereka adalah orang tua kita, saudara-saudara kita, dan orang yang tinggal satu rumah dengan kita. Dewey dan Humber (1966) menamai *affective others*, untuk orang lain yang dengan mereka kita mempunyai ikatan emosional. Dari merekalah, secara perlahan-lahan kita membentuk konsep diri kita.

Selain itu, terdapat apa yang disebut dengan kelompok rujukan (*reference group*) yaitu kelompok yang secara emosional mengikat kita, dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri kita. Dengan melihat ini, orang mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan dirinya dengan ciri-ciri kelompoknya. Kalau Saudara memilih kelompok rujukan Saudara Ikatan Dokter Indonesia, Saudara menjadikan norma-norma dalam Ikatan ini sebagai ukuran perilaku Saudara. Saudara juga merasa diri sebagai bagian dari kelompok ini, lengkap dengan sifat-sifat dokter menurut persepsi Saudara.

b. *Pernyataan eksistensi diri.*

Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya 'eksis'. Inilah yang disebut 'aktualisasi diri' atau lebih tepat lagi pernyataan 'eksistensi diri'. Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri terlihat jelas misalnya pada penanya dalam sebuah seminar. Meskipun mereka sudah diperingatkan moderator untuk berbicara singkat dan langsung ke pokok masalah, penanya atau komentator itu sering berbicara panjang lebar mengkuliahi hadirin, dengan argumen-argumen yang terkadang tidak relevan.

c. Untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan. Sejak lahir, kita tidak dapat hidup sendiri untuk mempertahankan hidup. Kita perlu dan harus berkomunikasi dengan orang lain, untuk memenuhi kebutuhan biologis kita seperti makan dan minum, dan memenuhi kebutuhan psikologis kita seperti sukses dan kebahagiaan. Para psikolog berpendapat, kebutuhan utama kita sebagai manusia, dan untuk menjadi manusia yang sehat secara rohaniah, adalah kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, yang hanya bisa terpenuhi dengan membina hubungan yang baik dengan orang lain. Abraham

Moslow menyebutkan bahwa manusia punya lima kebutuhan dasar yaitu: (a) kebutuhan fisiologis, (b) keamanan, (c) kebutuhan sosial, (d) penghargaan diri, dan (e) aktualisasi diri.

Kebutuhan yang lebih dasar harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan yang lebih tinggi diupayakan. Kita mungkin sudah mampu memenuhi kebutuhan fisiologis dan keamanan untuk bertahan hidup. Kini kita ingin memenuhi kebutuhan sosial, penghargaan diri, dan aktualisasi diri. Kebutuhan ketiga dan keempat khususnya meliputi keinginan untuk memperoleh rasa lewat rasa memiliki dan dimiliki, pergaulan, rasa diterima, memberi dan menerima persahabatan. Komunikasi akan sangat dibutuhkan untuk memperoleh dan memberi informasi yang dibutuhkan, untuk membujuk atau mempengaruhi orang lain, mempertimbangkan solusi alternatif atas masalah kemudian mengambil keputusan, dan tujuan-tujuan sosial serta hiburan.

2. Sebagai komunikasi ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan secara lebih ekspresif lewat perilaku nonverbal. Seorang ibu menunjukkan kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya. Orang dapat menyalurkan kemarahannya dengan mengumpat, mengepalkan tangan seraya melototkan matanya, mahasiswa memprotes kebijakan penguasa negara atau penguasa kampus dengan melakukan demonstrasi.

3. Sebagai komunikasi ritual

Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, dan lain-lain. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku tertentu yang bersifat simbolik. Ritus-ritus lain seperti berdoa (sholat, sembahyang, misa), membaca kitab suci, naik haji, upacara bendera (termasuk menyanyikan lagu kebangsaan), upacara wisuda, perayaan lebaran (Idul Fitri) atau Natal, juga adalah komunikasi ritual. Mereka

yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, suku, bangsa, Negara, ideologi, atau agama mereka.

4. Sebagai komunikasi instrumental

Sebagai Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Studi komunikasi membuat kita peka terhadap berbagai strategi yang dapat kita gunakan dalam komunikasi kita untuk bekerja lebih baik dengan orang lain demi keuntungan bersama. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang.

Tujuan jangka pendek misalnya untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati, empati, keuntungan material, ekonomi, dan politik, yang antara lain dapat diraih dengan pengelolaan kesan (*impression management*), yakni taktik-taktik verbal dan nonverbal, seperti berbicara sopan, mengobral janji, mengenakan pakaian necis, dan sebagainya yang pada dasarnya untuk menunjukkan kepada orang lain siapa diri kita seperti yang kita inginkan.

Sementara itu, tujuan jangka panjang dapat diraih lewat keahlian komunikasi, misalnya keahlian berpidato, berunding, berbahasa asing ataupun keahlian menulis. Kedua tujuan itu (jangka pendek dan panjang) tentu saja saling berkaitan dalam arti bahwa pengelolaan kesan itu secara kumulatif dapat digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang berupa keberhasilan dalam karier, misalnya untuk memperoleh jabatan, kekuasaan, penghormatan sosial, dan kekayaan.

Berkenaan dengan fungsi komunikasi ini, terdapat beberapa pendapat dari para ilmuwan yang bila dicermati saling melengkapi. Effendy (1994), berpendapat bahwa fungsi komunikasi adalah menyampaikan informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi. Sedangkan Harold D Lasswell (dalam Nurudin, 2004 dan Effendy, 1994 : 27) memaparkan fungsi komunikasi sebagai berikut:

- a. Penjajagan/pengawasan lingkungan (*surveillance of the information*) yakni penyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat.
- b. Menghubungkan bagian-bagian yang terpisahkan dari masyarakat untuk menanggapi lingkungannya .
- c. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya.

H. BEBERAPA TEORI KOMUNIKASI

1. Lasswell's Model (Model Lasswell)

- a. Model Komunikasi dari **Harold Lasswell** ini dianggap oleh para pakar komunikasi sebagai salah satu teori komunikasi yang paling awal dalam perkembangan teori komunikasi (1948).
- b. Lasswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect* (Siapa Mengatakan Apa Melalui Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa).
- c. Jawaban bagi pertanyaan paradigmatik (*paradigmatic question*) Lasswell itu merupakan unsur-unsur proses komunikasi, yaitu *Communicator* (Komunikator), *Message* (Pesan), *Media* (Media), *Receiver* (Komunikan/Penerima), dan *Effect* (Efek).

Adapun fungsi komunikasi menurut Lasswell adalah sebagai berikut:

- a. *The surveillance of the environment* (pengamatan lingkungan)
- b. *The correlation of the parts of society in responding to the environment* (korelasi kelompok-kelompok dalam masyarakat ketika menanggapi lingkungan)
- c. *The transmission of the social heritage from one generation to the next* (transmisi warisan sosial dari generasi yang satu ke generasi yang lain).
- d. Yang dimaksud dengan *surveillance* oleh Lasswell adalah kegiatan mengumpulkan dan menyebarkan informasi mengenai peristiwa-peristiwa dalam suatu lingkungan: dengan lain perkataan penggarapan berita.
- e. Kegiatan yang disebut *correlation* adalah interpretasi terhadap informasi mengenai peristiwa yang terjadi di lingkungan; dalam

beberapa hal ini dapat didefinisikan sebagai tajuk rencana atau propaganda.

- f. Kegiatan *transmission of culture* difokuskan kepada kegiatan mengkomunikasikan informasi, nilai, dan norma sosial dari generasi yang satu ke generasi yang lain atau dari anggota suatu kelompok kepada pendatang baru. Ini sama dengan kegiatan pendidikan.

2. S-O-R Theory (Teori S-O-R)

- a. Teori **S-O-R** sebagai singkatan dari **Stimulus – Organism – Response** ini semula berasal dari psikologi.
- b. Kalau kemudian menjadi juga teori komunikasi, tidak mengherankan, karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi.
- c. Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan.
- d. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah :
 - 1) Pesan (stimulus, S)
 - 2) Komunikan (Organism, O)
 - 3) Efek (Response; R)
- e. Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “*how*” bukan “*what*” dan “*why*”. Jelasnya *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, yaitu bagaimana mengubah sikap komunikan.
- f. Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula.
- g. Prof. Dr. Mar’at dalam bukunya “Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya, mengutip pendapat Hovland, Janis, & Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada *tiga variabel* penting, yaitu:
 - 1) perhatian
 - 2) pengertian
 - 3) penerimaan

- h. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada 'perhatian' dari komunikan.
- i. Proses berikutnya komunikan 'mengerti'. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya.
- j. Setelah komunikan mengolahnya dan 'menerima', maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

3. S-M-C-R Model (Model S-M-C-R)

- a. Rumus **S-M-C-R** adalah singkatan dari istilah-istilah : **S** singkatan dari *Source* yang berarti sumber atau komunikator; **M** singkatan dari *Message* yang berarti pesan; **C** singkatan dari *Channel* yang berarti saluran atau media, sedangkan **R** singkatan dari *Receiver* yang berarti penerima atau komunikan.
- b. **Jangan keliru** dengan singkatan pada **Teori S-O-R**, di mana **S** adalah singkatan dari *Stimulus* yang berarti **pesan**; sedangkan **R** adalah singkatan dari *Response* yang dalam bahasa Indonesia diartikan **respons** atau **tanggapan** atau reaksi.
- c. Baik **S-M-C-R** maupun **S-O-R** adalah: 'proses komunikasi'.
- d. Khusus mengenai istilah Channel yang disingkat C pada rumus S-M-C-R itu yang berarti saluran atau media, komponen tersebut menurut Edward Sappir mengandung dua pengertian, yakni primer dan sekunder.
- e. Media sebagai *saluran primer* adalah lambang, misalnya: bahasa, kial/isyarat/gerakan tubuh (*gesture*), gambar atau warna, yaitu lambang-lambang yang dipergunakan khusus dalam komunikasi tatap muka (*face-to-face communication*), sedangkan *media sekunder* adalah: media yang berwujud, baik media massa, misalnya surat kabar, televisi atau radio, maupun media nir-massa, misalnya surat, telepon, atau poster.
- f. Jadi, komunikator pada komunikasi tatap muka hanya menggunakan satu media saja, misalnya bahasa, sedangkan pada komunikasi bermedia seorang komunikator, misalnya wartawan, penyiar atau reporter menggunakan dua media, yakni media primer dan media sekunder, jelasnya bahasa dan sarana yang ia operasikan.

4. *The Mathematical Theory of Communication* (Teori Matematikal Komunikasi)

- a. Teori matematikal ini acapkali disebut model **Shannon** dan **Weaver**, oleh karena teori komunikasi manusia yang muncul pada tahun 1949, merupakan perpaduan dari gagasan Claude E. Shannon dan Warren Eaver.
- b. Adalah **Shannon** yang pada tahun 1948 mengetengahkan teori matematik dalam komunikasi permesinan (*engineering communication*), yang kemudian bersama **Warren** pada tahun 1949 diterapkan pada proses komunikasi manusia (*human communication*).
- c. Sejak itulah istilah komunikasi dipergunakan “dalam pengertian yang amat luas yang mencakup semua prosedur di mana pikiran seseorang mempengaruhi pikiran orang lain” (*very broad sense to include all of the procedures by which on mind may affect another*).
- d. Sumber informasi (*information source*) memproduksi sebuah pesan (*message*) untuk dikomunikasikan. Pesan tersebut dapat terdiri dari kata-kata lisan atau tulisan, musik, gambar, dan lain-lain. Pemancar (*transmitter*) mengubah pesan menjadi isyarat (*signal*) yang sesuai bagi saluran yang akan dipergunakan. Saluran (*channel*) adalah media yang menyalurkan isyarat dari pemancar kepada penerima (*receiver*). Dalam percakapan sumber informasi adalah benak (*brain*), pemancar adalah mekanisme suara yang menghasilkan isyarat, saluran (*channel*) adalah udara.
- e. Penerima (*receiver*) melakukan kebalikan operasi yang dilaksanakan pemancar, yakni merekonstruksi pesan dari isyarat. Tujuan (*destination*) adalah orang atau benda kepada siapa atau kepada apa pesan ditujukan.

5. *The Osgood and Schramm Circular Model* (Model Sirkular Osgood dan Schramm)

- a. Jika model Shannon dan Weaver merupakan proses linear, model **Osgood** dan **Schramm** dinilai sebagai sirkular dalam derajat yang tinggi.
- b. Perbedaan lainnya ialah apabila Shannon dan Weaver menitikberatkan perhatiannya langsung kepada saluran yang menghubungkan pengirim (*sender*) dan penerima (*receiver*) atau

dengan perkataan lain komunikator dan Komunikan. Schramm dan Osgood menitikberatkan pembahasannya pada perilaku pelaku-pelaku utama dalam proses komunikasi.

- c. Shannon dan Weaver membedakan *source* dengan *transmitter* dan antara *receiver* dengan *destination*. Dengan kata lain, dua fungsi dipenuhi pada sisi pengiriman (*transmitting*) dan pada sisi penerimaan (*receiving*) dari proses.
- d. Pada Schramm dan Osgood ditunjukkan fungsinya yang hampir sama. Digambarkannya dua pihak berperilaku sama, yaitu *encoding* atau menjadi, *decoding* atau menyandi balik, dan *interpreting* atau menafsirkan.

6. *Dance' Helical Model (Model Helical Dance)*

- a. Model komunikasi helikal ini dapat dikaji sebagai pengembangan dari model sirkular dari Osgood dan Schramm.
- b. Ketika membandingkan model komunikasi linear dan sirkular. Dance mengatakan bahwa dewasa ini kebanyakan orang menganggap bahwa pendekatan sirkular adalah paling tepat dalam menjelaskan proses komunikasi.
- c. Heliks (*helix*), yakni suatu bentuk melingkar yang semakin membesar menunjukkan perhatian kepada suatu fakta bahwa proses komunikasi bergerak maju dan apa yang dikomunikasikan kini akan mempengaruhi struktur dan isi komunikasi yang datang menyusul. Dance menggarisbawahi sifat dinamik dari komunikasi.
- d. Proses komunikasi, seperti halnya semua proses sosial, terdiri dari unsur-unsur, hubungan-hubungan, dan lingkungan-lingkungan yang terus menerus berubah. Heliks menggambarkan bagaimana aspek-aspek dari proses berubah dari waktu ke waktu.
- e. Dalam percakapan, misalnya, bidang kognitif secara tetap membesar pada mereka yang terlibat.
- f. Para aktor komunikasi secara sinambung memperoleh informasi mengenai topik terbaru, tentang pandangan orang lain, pengetahuan, dan sebagainya.

7. *Newcomb*'*ABX Model (Model ABX Newcomb)*

- a. Pendekatan Theodore Newcomb (1953) terhadap komunikasi adalah pendekatan seorang pakar psikologi sosial berkaitan dengan interaksi manusia.
- b. Model ini mengingatkan kepada diagram jaringan kelompok kerja yang dibuat para psikolog sosial dan merupakan awal formulasi konsistensi kognitif.
- c. Dalam bentuk yang paling sederhana dari kegiatan komunikasi, seseorang, A, menyampaikan informasi kepada orang lain, B, mengenai sesuatu, X. Model tersebut menyatakan bahwa orientasi A (sikap) terhadap B dan terhadap X adalah saling bergantung, dan ketiganya membentuk suatu sistem yang meliputi empat orientasi.
 - 1) Orientasi A terhadap X termasuk sikap baik terhadap X sebagai objek untuk didekati atau dihindarkan maupun terhadap ciri-ciri kognitif.
 - 2) Orientasi A terhadap B, dalam pengertian yang benar-benar sama (untuk tujuan menghindari istilah-istilah yang membingungkan, Newcomb menyebutnya atraksi yang positif dan negatif terhadap A atau B sebagai orang-orang dengan sikap-sikap yang menyenangkan dan tidak menyenangkan terhadap X)
 - 3) Orientasi B terhadap X
 - 4) Orientasi B terhadap A
- d. Pada model Newcomb ini komunikasi merupakan cara yang biasa dan efektif di mana orang-orang mengorientasikan dirinya terhadap lingkungan (Severin dan Tankard, 1992).
- e. Model Newcomb ini merupakan perluasan dari karya psikolog Heider (1946) berkenaan dengan keajegan dan ketidakajegan yang mungkin timbul di antara dua orang dalam hubungannya dengan orang ketiga atau suatu objek.
- f. Teorinya itu menyangkut kasus dua orang yang mempunyai sikap senang atau tidak senang terhadap masing-masing dan terhadap objek eksternal, maka akan timbul hubungan seimbang (jika dua orang saling menyenangkan dan juga menyenangkan suatu objek) dan juga terjadi tak seimbang (kalau dua orang saling menyenangkan, tetapi yang satu menyenangkan objek, & yang lain tidak).

8. *The Theory of Cognitive Dissonance (Teori Disonansi Kognitif)*

- a. Istilah *disonansi kognitif* dari teori yang ditampilkan oleh Leon Festinger ini berarti ketidaksesuaian antara kognisi sebagai aspek sikap dengan perilaku yang terjadi pada diri seseorang. Orang yang mengalami disonansi akan berupaya mencari dalih untuk mengurangi disonansinya itu.
- b. Pada umumnya orang berperilaku ajeg atau konsisten dengan apa yang diketahuinya. Tetapi kenyataan menunjukkan bahwa sering pula seseorang berperilaku tidak konsisten seperti itu.
- c. Leon Festinger menyajikan contoh seorang pemuda yang sedang berkencan. Ketika ia asyik berkencan dengan segala kegairahannya, ia sadar bahwa uang yang ada di kantungnya tidak memadai dengan perbuatannya terhadap pacarnya itu. *Keterpautan perilaku dengan pengetahuan* mengenai situasi keuangannya itu *dinamakan disonansi*. Selanjutnya apabila terjadi keseimbangan, setiap peserta akan menghadang perubahan, dan manakala terjadi ketidakseimbangan berbagai upaya akan dilakukan untuk memulihkan keseimbangan kognitif. (McQual dan Windahl, 1984).
- d. Jika seseorang mempunyai informasi atau opini yang tidak menuju ke arah menjadi perilaku, maka informasi atau opini itu akan menimbulkan disonansi dengan perilaku. Apabila disonansi tersebut terjadi, maka orang akan berupaya menguranginya dengan jalan mengubah perilakunya, kepercayaannya atau opininya.
- e. Untuk memperjelas teorinya itu, Festinger menyajikan contoh perihal pengurangan disonansi. banyak orang yang percaya akan adanya orang yang membersihkan giginya tiga kali sehari. Tetapi banyak pula orang mungkin paling banyak yang percaya akan adanya orang yang tidak menggosok gigi sesering itu. Jadi disonansi terjadi antara kepercayaan dan perilakunya. Orang-orang seperti itu akan mudah dipengaruhi oleh komunikasi yang menyatakan bahwa sungguh-sungguh berbahaya jika menggosok gigi terlalu sering, atau oleh komunikasi yang menyatakan bahwa sebuah merk pasta gigi sedemikian tinggi mutunya sehingga bila ‘orang menggunakannya cukup satu kali saja’.
- f. Jika kedua jenis komunikasi itu diterima dan dipercaya, maka pengurangan disonansi terjadi. Tetapi sebaliknya kalau ada seseorang yang, berupaya mempersuasi orang lain dengan

menyatakan bahwa sebenarnya demi kesehatan gigi hendaknya digosok lima kali sehari, maka komunikasi seperti itu akan ditentangnya, dalam arti kata orang itu tidak dapat dipengaruhi. Jelaslah bahwa jika orang itu menerima komunikasi tersebut akan meningkatkan disonansi antara kepercayaan dengan perilaku.

- g. Jadi komunikasi persuasif akan sangat efektif, apabila mengurangi disonansi, dan tidak efektif jika meningkatkan disonansi.

9. *Inoculation Theory* (Teori Inokulasi)

- a. **Teori inokulasi** atau *teori suntikan* yang pada mulanya ditampilkan oleh McGuire ini mengambil analogi dari peristiwa medis. Orang yang secara fisik tidak siap untuk menahan penyakit infeksi, seperti cacar dan polio, memerlukan inokulasi (suntikan) vaksin untuk merangsang mekanisme daya tahan tubuhnya supaya dapat melawan penyakit tersebut.
- b. Demikian pula halnya dengan orang yang tidak memiliki informasi mengenai suatu hal atau tidak menyadari posisi mengenai hal tersebut, maka ia akan lebih mudah untuk dipersuasi atau dibujuk, oleh karena ia tidak siap untuk menolak argumentasi si *persuader* atau pembujuk. Suatu cara untuk membuatnya agar tidak mudah kena pengaruh adalah “menyuntiknya” dengan argumentasi balasan (*counterarguments*).
- c. Menurut McGuire (1964) orang dapat diinokulasi untuk melawan persuasi. Para politikus seringkali berupaya melakukannya. Mereka memperingatkan khalayaknya bahwa lawan politiknya mungkin akan mencoba mempersuasi mereka dengan beberapa pandangan. Mereka memberitahu kepada khalayaknya apa yang mungkin dikatakan oleh lawan politiknya seraya memberikan alasan mengapa lawannya itu salah.
- d. Dengan demikian para politisi berharap dapat menyuntik para pengikutnya dengan argumentasi balasan agar kemudian dapat digunakan untuk menyangkal argumentasi lawan.

Percakapan di bawah ini merupakan contoh bagaimana seseorang menggunakan inokulasi dalam persuasi antarpribadi. (Reardor, 1987).

- Mark: Maukah anda makan malam bersama saya nanti malam?
- Sharon: Apakah anda tidak pergi dengan Cindy Parker?

- Mark: Tidak. Saya dan Cindy sudah tidak berhubungan lagi. Apakah anda kenal dia?
- Sharon: Ya. Kami sama-sama tinggal di asrama.
- Mark: Oh. Mungkin Cindy mengatakan kepada anda bahwa saya bukan tipe anda. Saya harap anda punya penilaian sendiri tentang hal itu. Setelah putus hubungan biasanya orang cenderung mempunyai perasaan buruk. Nampaknya sekarang ini Cindy pun demikian.
- Sharon: Saya mengerti. Maukah anda menilipun saya nanti malam. Nanti saya akan beritahu anda tentang ajakan anda bersantap malam itu.

Dari dialog itu tampak bahwa Mark mencoba mempersiapkan Sharon dengan ucapan-ucapan yang mungkin didengarnya dari Cindy yang dapat membuatnya enggan bertemu dirinya.

10. *The Bullet Theory of Communication* (Teori Peluru)

- a. **Teori peluru** ini merupakan konsep awal sebagai efek komunikasi massa yang oleh para teoritis komunikasi tahun 1970-an dinamakan pula *hypodermic needle theory* yang dapat diterjemahkan sebagai teori jarum hipodermik.
- b. Teori ini ditampilkan pada tahun 1950-an setelah peristiwa penyiaran kaleidoskop stasiun radio CBS di Amerika berjudul “*The Invasion From Mars*”.
- c. Wilbur Schramm pada tahun 1950-an itu mengatakan bahwa seorang komunikator dapat menembakkan peluru komunikasi yang begitu ajaib kepada khalayak yang pasif atau tidak berdaya.
- d. Tetapi kemudian dalam karya tulisnya yang diterbitkan pada awal tahun 1970-an Schramm, meminta kepada para peminatnya agar teori peluru komunikasi itu dianggap tidak ada, sebab khalayak yang menjadi sasaran media massa itu ternyata tidak pasif.
- e. Pernyataan Schramm tentang pencabutan teorinya itu didukung oleh Paul Lazarsfeld dan Raymond Bauer. Lazarsfeld mengatakan bahwa jika khalayak diterpa peluru komunikasi, mereka tidak jatuh terjerembab.
- f. Kadang-kadang peluru itu tidak menembus. Adakalanya pula efek yang timbul berlainan dengan tujuan si penembak. Seringkali pula khalayak yang dijadikan sasaran senang untuk ditembak.

- g. Sementara itu Raymond Bauer menyatakan bahwa khalayak sasaran tidak pasif. Mereka bandel (*stubborn*). Secara aktif mereka mencari yang diinginkan dari media massa. Jika menemukannya, lalu melakukan interpretasi sesuai dengan predisposisi dan kebutuhannya.
- h. Sejak tahun 1960-an banyak penelitian yang dilakukan para pakar komunikasi yang ternyata tidak mendukung teori peluru tadi. Kini timbul apa yang dinamakan *limited effect model* atau model efek terbatas, antara lain hasil penelitian Hovland yang dilakukan terhadap tentara dengan menayangkan film.

Hovland mengatakan bahwa pesan komunikasi efektif dalam menyebarkan informasi, tetapi tidak dalam mengubah perilaku.

Penelitian Cooper dan Jahoda pun menunjukkan bahwa persepsi salektif dapat mengurangi efektivitas sebuah pesan; dan penelitian Lazarsfeld dan kawan-kawan terhadap kegiatan pemilihan umum menampakkan bahwa hanya sedikit saja orang-orang yang dijadikan sasaran kampanye pemilihan umum yang terpengaruh oleh komunikasi massa.



LATIHAN

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

- 1) Jelaskan beberapa definisi komunikasi setidaknya menurut 3 pakar!
- 2) Jelaskan perbedaan antara komunikasi primer dan komunikasi sekunder! Berikan ilustrasi secukupnya dari kedua jenis komunikasi tersebut!
- 3) Jelaskan kategori komunikasi yang dikemukakan oleh Deddy Mulyana!
- 4) Jelaskan perbedaan konsep komunikasi menurut Wilbur Schramm, Smith dan Roecheck Warren!
- 5) Sebutkan dan jelaskan empat unsur utama dalam komunikasi!

Petunjuk Jawaban Latihan

Untuk menjawab latihan di atas sebaiknya Anda sudah membaca modul dengan baik, dan sudah membuat catatan-catatan kecil atau ringkasan, serta membuat matrik cakupan materi yang akan memudahkan Anda dalam melihat perbedaan dan persamaan definisi yang merupakan pendapat para ahli.



RANGKUMAN

Terdapat banyak definisi komunikasi. Namun secara sederhana, yang dimaksud dengan komunikasi itu adalah adanya pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima pesan (komunikan) untuk tujuan dan dengan media tertentu. Hampir semua definisi komunikasi mengisyaratkan pada adanya aktifitas komunikasi dan komunikator, pesan (apapun) yang umumnya simbolik yang dikirim dan suatu proses.

Komunikasi menjadi sangat penting dan vital bagi kehidupan manusia; bukan saja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, melainkan juga untuk mengembangkan peradaban dan mewariskannya kepada generasi berikutnya. Dengan demikian komunikasi menjadi instrumen penting dan strategis bagi kelangsungan kehidupan manusia dan peradabannya.

Sebagai suatu proses, komunikasi merujuk pada suatu perubahan atau rangkaian tindakan serta peristiwa selama beberapa waktu menuju suatu hasil tertentu". Artinya, setiap langkah yang dimulai dari saat menciptakan informasi sampai saat informasi itu dipahami, merupakan proses-proses di dalam rangka proses komunikasi yang lebih umum. Proses yang terjadi dalam komunikasi secara umum dapat merupakan proses primer (*primary process*) maupun proses sekunder (*secondary process*).



TES FORMATIF 1

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat!

- 1) Kata komunikasi atau *communication*, secara *etimologis* (asal katanya) dari bahasa Latin *communicatus*, yang bersumber dari *communis*. Dalam kata *communis* ini memiliki makna.....
 - A. berbagi atau menjadi milik bersama
 - B. interaksi antarindividu
 - C. proses penyampaian pesan
 - D. suatu proses berbagi (*sharing*)

- 2) Dalam berkomunikasi, seorang komunikator sebaiknya memperhatikan kebiasaan dan kebutuhan mitra komunikannya sehingga pesan yang ingin disampaikan tercapai. Hal ini karena komunikasi itu bersifat
 - A. dinamis
 - B. unik
 - C. simbolik
 - D. transaksional

- 3) Ketika pertama kali bertemu dan berbincang dengan orang yang belum pernah dikenal maka tak jarang seseorang telah memiliki dugaan-dugaan tentang orang tersebut yang berasal dari cara berpakaian, cara berbahasa, dan raut muka. Dugaan itu akan mempengaruhi terjadinya komunikasi. Hal ini wajar karena komunikasi bersifat
 - A. transaksional
 - B. kontekstual
 - C. simbolik
 - D. unik

- 4) Serangkaian kegiatan yang berlangsung dalam proses komunikasi adalah sebagai berikut ini, *kecuali*
 - A. sumber penerima
 - B. enkoding-dekoding
 - C. pesan dan saluran
 - D. penyandian

- 5) Proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama, baik melalui surat, telepon, televisi, film dll merupakan proses komunikasi secara
 - A. sekunder
 - B. primer
 - C. transaksional
 - D. simbolis

- 6) “Sebagai guru yang baik, Pak Rukim dengan berbagai cara selalu berusaha meyakinkan anak didiknya bahwa belajar itu penting”. Komunikasi yang dilakukan Pak Rukim tersebut bertujuan untuk
 - A. memberikan informasi
 - B. mempengaruhi sikap dan perilaku
 - C. menceritakan pentingnya belajar
 - D. menjelaskan manfaat belajar

- 7) komunikasi setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan-hubungan orang lain. Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa salah satu fungsi komunikasi sebagai
- A. komunikasi sosial
 - B. komunikasi ekspresif
 - C. komunikasi ritual
 - D. komunikasi instrumental
- 8) Dalam “komunikasi” yang pertama dan utama harus diperhatikan adalah....
- A. simbol
 - B. bahasa
 - C. tanda
 - D. makna
- 9) Komunikasi akan lebih mudah berlangsung lancar jika antara komunikan dan komunikator menguasai
- A. tanda
 - B. simbol arbitair
 - C. simbol budaya
 - D. simbol bermakna
- 10) Perdebatan yang tak berujung pangkal, dan bahkan sampai terjadi konflik berkepanjangan sering disebabkan karena adanya *miss-communication*. Miskomunikasi seperti sering terjadi disebabkan oleh....
- A. salah menangkap pesan
 - B. salah menafsir komunikator
 - C. salah memaknai pesan
 - D. salah menilai pesan

Cocokkanlah jawaban Anda dengan Kunci Jawaban Tes Formatif 1 yang terdapat di bagian akhir modul ini. Hitunglah jawaban yang benar. Kemudian, gunakan rumus berikut untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi Kegiatan Belajar 1.

$$\text{Tingkat penguasaan} = \frac{\text{Jumlah Jawaban yang Benar}}{\text{Jumlah Soal}} \times 100\%$$

Arti tingkat penguasaan: 90 - 100% = baik sekali
80 - 89% = baik
70 - 79% = cukup
< 70% = kurang

Apabila mencapai tingkat penguasaan 80% atau lebih, Anda dapat meneruskan dengan Kegiatan Belajar 2. **Bagus!** Jika masih di bawah 80%, Anda harus mengulangi materi Kegiatan Belajar 1, terutama bagian yang belum dikuasai.

KEGIATAN BELAJAR 2**Komunikasi sebagai Fenomena Sosial**

Secara sosiologis, manusia selalu memerlukan kehadiran orang lain terutama dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Untuk itu manusia perlu melakukan interaksi sosial. Dalam interaksi sosial orang perlu menggunakan media komunikasi, baik dengan tanda (*sign*), bahasa isyarat (*gesture*) maupun bahasa verbal. Bahkan bayi ketika lahir pun sudah melakukan komunikasi dengan orang tuanya. Secara alamiah, manusia pun cenderung hidup berkelompok. Kelompok selain mencirikan adanya beberapa kesamaan kepentingan, juga kesamaan budaya, gaya hidup, juga kesamaan bentuk dan model komunikasi yang digunakan.

Jika demikian, jumlah kelompok, variasi kelompok, orientasi kelompok selain mengindikasikan keragaman kepentingan, budaya dan gaya hidup, melainkan juga variasi komunikasi. Dengan kata lain, tingkat modernisasi dan kemajuan peradaban manusia mempengaruhi bentuk dan media komunikasi yang dipergunakan. Setiap orang hidup perlu komunikasi; tidak (akan) ada kehidupan tanpa komunikasi. Komunikasi bisa bermakna bermacam-macam. Sederhananya, ketika orang berhubungan dengan orang lain bisa dilakukan secara langsung (*face to face*) maupun tidak langsung (bisa melalui surat, radio, telepon dan lain-lain).

Setelah mempelajari Kegiatan Belajar 2 ini mahasiswa diharapkan tidak hanya mengetahui dan memahami komunikasi; melainkan juga mampu menjelaskan tentang komunikasi sebagai suatu fenomena sosial. Maksudnya, komunikasi sebagai bagian dari sistem sosial yang sangat menarik dianalisis secara sosiologis. Untuk itu, pada Kegiatan Belajar 2 ini akan membahas pengertian Sosiologi Komunikasi, Lingkup Kajian Sosiologi komunikasi dan Objek Kajian Sosiologi Komunikasi.

A. TRADISI TEORI KOMUNIKASI

Robert Craig, dalam bukunya *Communication Theory As a Field, Communication Theory* (1999) menggambarkan peta teori komunikasi dengan membangun asumsi bahwa bahwa teori komunikasi, adalah suatu disiplin yang praktis yang didasari oleh kehidupan yang nyata dengan masalah sehari-hari melalui praktek komunikasi. Craig menjelaskan bahwa

semua teori-teori komunikasi yang relevan dengan kehidupan dunia praktis yang umum di mana komunikasi sudah menjadi istilah yang memiliki banyak makna.

Craig mengidentifikasi 7 (tujuh) tradisi teori komunikasi dengan sejumlah pendekatan yang bersifat aktual. Pendekatan ini biasanya dipergunakan peneliti untuk mempelajari pelatihan dan masalah komunikasi. Menurutnya, komunikasi merupakan proses primer yang menyangkut pengalaman kehidupan manusia, sehingga yang namanya komunikasi itu akan membentuk kenyataan. Pengalaman manusia itulah komunikasi; karena apa yang kita komunikasikan itu adalah pengalaman kita; sehingga komunikasi itu adalah pengalaman kita. Banyaknya bentuk pengalaman terbentuk dari banyaknya bentuk komunikasi.

Selanjutnya Craig menunjukkan 7 (tujuh) tradisi dalam kajian teori komunikasi, yakni:

1. Tradisi *Cybernetic* (Tradisi Sibernetika)

Komunikasi sebagai Pengolahan Informasi. Teori ini memandang komunikasi sebagai suatu sistem. Maksudnya, dalam sistem itu terdapat beberapa bagian (sub-sistem) yang saling berinteraksi dan saling mempengaruhi satu sama lain. Sistem ini bersifat terbuka, sehingga perkembangan dan dinamika yang terjadi di lingkungan akan diproses di dalam internal sistem. Sibernetika digunakan dalam topik-topik tentang diri individu, percakapan, hubungan interpersonal, kelompok, organisasi, media, budaya dan masyarakat yang semuanya terjadi dan berproses berdasar prinsip saling mendukung dan saling mempengaruhi.

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

2. *The Rhetorical Tradition* (Tradisi Retorika)

Komunikasi Sebagai Retorika. Maksudnya komunikasi itu adalah seni berekspresi secara retorik ke hadapan audien. Retorika (*rhetoric*), bersumber dari perkataan latin *Rhetorica* yang berarti ilmu bicara. Cleanth Brooks dan Robert Penn Warren dalam bukunya *Modern Rhetoric* mendefinisikan retorika sebagai *the art of using language effectively* atau seni penggunaan bahasa secara efektif. Kedua pengertian itu menunjukkan bahwa retorika mempunyai pengertian sempit: mengenai bicara, dan pengertian luas: penggunaan bahasa baik lisan maupun tulisan. Oleh karena itu ada sementara orang yang mengartikan retorika sebagai *Public Speaking* atau pidato di depan umum; banyak juga yang beranggapan bahwa retorika bukan saja berarti pidato di depan umum, tetapi juga termasuk seni menulis.

Tradisi retorika memberi perhatian pada aspek proses pembuatan pesan atau simbol. Prinsip utama di sini adalah bagaimana menggunakan simbol yang tepat dalam menyampaikan maksud. Prinsip yang dipegang adalah bahwa pesan (*message*) yang tepat akan dapat mencapai maksud komunikator. Kemampuan dalam merancang pesan yang memadai menjadi perhatian yang penting dalam kajian komunikasi. Faktor-faktor nilai, ideologi, budaya, dan sebagainya yang hidup dalam suatu organisasi media atau dalam diri individu merupakan faktor yang menentukan dalam proses pembuatan pesan. Bahwa pesan dihasilkan melalui proses yang melibatkan nilai-nilai, kepentingan, pandangan hidup tertentu dari manusia yang menghasilkan pesan.

Tradisi retorika dapat menjelaskan baik dalam konteks komunikasi antar personal maupun komunikasi massa. Sepanjang memberi perhatian terhadap bagaimana proses-proses merancang isi pesan yang memadai sehingga proses komunikasi dapat berlangsung secara efektif.

3. Tradisi Semiotik

Komunikasi sebagai Proses Pertukaran Simbol. Semiotika (*semiotics*) berasal dari bahasa Yunani "*semeion*", yang berarti tanda. Ilmu yang mempelajari tentang tanda-tanda atau kode. Tanda-tanda yang dimaksud, adalah segala sesuatu yang mewakili sesuatu yang lainnya. Fokus tradisi ini adalah tanda-tanda dan simbol-simbol. Komunikasi dipandang sebagai sebuah jembatan utama kata-kata yang bersifat pribadi. Tanda-tanda atau simbol-simbol yang ada mendatangkan sesuatu yang mungkin dan tidak mungkin dibagi. Tradisi ini memang cocok untuk memecahkan masalah,

kesalahpahaman, dan respon-respon subyektif. Tradisi ini juga banyak memperdebatkan bahasa yang meliputi tanda, simbol, makna, referensi, kode, dan pemahaman. **Contoh:** suhu tubuh yang panas bahwa tubuh itu terkena infeksi.

Little John (1999) menyatakan lebih rinci tentang membahas tentang hakekat simbol; sebab, banyak teori komunikasi yang berangkat dari pembahasan seputar simbol. Simbol merupakan produk budaya suatu masyarakat untuk mengungkapkan ide-ide, makna, dan nilai-nilai yang ada pada diri mereka. Mengkaji aspek ini merupakan aspek yang penting dalam memahami komunikasi. Teori-teori komunikasi yang berangkat dari tradisi semiotik menjadi bagian yang penting untuk menjadi perhatian. Analisis-analisis tentang iklan, novel, sinetron, film, lirik lagu, video klip, fotografi, dan semacamnya menjadi penting.

4. *The Socio – Cultural Tradition (Tradisi Sosial – Budaya)*

Komunikasi Sebagai Penciptaan dari Realitas Sosial. Tradisi ini bersumber dari kajian antropologi yang menyatakan bahwa komunikasi berlangsung dalam konteks budaya tertentu. Artinya, komunikasi itu merupakan ekspresi dan atau dipengaruhi kebudayaan suatu masyarakat. Jadi komunikasi itu merupakan ekspresi kebudayaan. Selain itu, tradisi sosial budaya ini juga lebih menekankan dan tertarik untuk mempelajari pada cara bagaimana masyarakat secara bersama-sama menciptakan realitas dari kelompok sosial dan organisasi dan budaya mereka. Sosiokultural digunakan dalam topik-topik tentang diri individu, percakapan, kelompok, organisasi, media, budaya dan masyarakat.

Model ini menjadikan tatanan sosial sebagai pusatnya dan memandang komunikasi sebagai perekat masyarakat. Tantangan dan permasalahan yang dituju meliputi konflik, perebutan, dan kesalahan mengartikan. Dalam rangka berargumentasi, para ilmuwan dalam tradisi ini akan menggunakan bahasa yang mencirikan unsur-unsur seperti masyarakat, struktur, ritual, peraturan dan budaya. Tradisi ini juga sependapat dengan pemisahan interaksi manusia dari struktur sosial.

Oleh karena itu, pendekatan *interaksi simbolik* dan *konstruktivisme* merupakan materi kajian yang penting diperhatikan dalam tradisi ini. Interaksi simbolik menekankan pada bagaimana manusia aktif melakukan pemaknaan terhadap realitas yang dihadapi. Hal ini dapat membantu menjelaskan dalam proses komunikasi antar personal. Sedangkan

konstruktivisme menekankan pada proses pembentukan realitas secara simbolik. Maka komunikasi baik bermedia maupun antar pribadi sesungguhnya dapat dilihat sebagai proses pembentukan realitas. Adapun varian dari tradisi ini adalah:

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

5. *The Critical Tradition (Tradisi Kritis)*

Komunikasi Sebagai Hasil dari Perefleksian Sebuah Wacana. Tradisi ini berangkat dari asumsi teori-teori kritis yang memperhatikan terdapatnya kesenjangan di dalam masyarakat. Proses komunikasi dilihat dari sudut kritis. Bahwa komunikasi di satu sisi telah ditandai dengan proses dominasi oleh kelompok yang kuat atas kelompok masyarakat yang lemah. Pada sisi lain, aktifitas komunikasi mestinya menjadi proses artikulasi bagi kepentingan kelompok masyarakat yang lemah. Tradisi ini dapat menjelaskan baik lingkup komunikasi antar personal maupun komunikasi bermedia. Tradisi ini tampak kental dengan pembelaan terhadap kalangan yang lemah. Komunikasi diharapkan berperan dalam proses transformasi masyarakat yang lemah.

Dalam teori kritis secara konsisten terdapat tiga ciri masyarakat kontemporer :

- a. Kontrol bahasa untuk mengabadikan ketidakseimbangan kekuatan.
- b. Peran media massa dalam menumpulkan kepekaan terhadap penindasan.
- c. *Blind-* sifat ketergantungan pada metode ilmiah dan penerimaan tidak kritis.

Varian dari Tradisi ini antara lain adalah :

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

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

Kelompok teori-teori dalam tradisi ini biasanya menganggap komunikasi sebagai suatu tatanan sosial yang menyangkut kekuasaan dan penindasan. Teori-teori kritis menanggapi permasalahan tentang ideologi, kekuasaan, dan dominasi. Wacana kritis meliputi ideologi, dialektika, penindasan, kebangkitan kesadaran, resistansi, dan emansipasi. Tradisi ini mendorong pendekatan kepada teori yang meliputi mengekalkan kekuasaan diri sendiri, nilai kebebasan antara kemerdekaan dan persamaan, dan pentingnya diskusi.

6. *The Phenomenological Tradition (Tradisi Fenomenologi)*

Komunikasi sebagai Pengalaman Diri Melalui Dialog. Tradisi ini menganggap komunikasi itu dipandang sebagai proses berbagi pengalaman antar individu melalui dialog. Hubungan baik antar individu mendapat kedudukan yang tinggi dalam tradisi ini. Dan hal ini pula yang kemudian diadopsi secara teoritis untuk menanggapi permasalahan-permasalahan yang timbul yang mengakibatkan terkikisnya hubungan yang sudah kuat.

Tradisi fenomenologi hendak mengamati kehidupan sehari-hari secara alamiah (*naturally*). Tradisi fenomenologi dapat menjelaskan tentang khalayak dalam berinteraksi dengan media. Demikian pula bagaimana proses yang berlangsung dalam diri khalayak. Beberapa figur penting di sini adalah James Lull, Ien Ang, dan sebagainya. Kajian tentang proses resepsi

(*reception studies*) yang berlangsung dalam diri khalayak menjadi penting. Maka proses resepsi sangat ditentukan oleh faktor nilai-nilai yang hidup dalam diri khalayak tersebut. Pendekatan etnografi komunikasi menjadi penting diterapkan dalam tradisi ini. Adapun varian dari tradisi Fenomonologi ini, adalah:

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

7. *The Ethical Tradition* (Tradisi Sosio Psikologi)

Komunikasi Sebagai Proses Interaksi Masyarakat yang Menguntungkan. Kita pembela kebenaran, akurasi, kejujuran, dan akal begitu penting bagi integritas komunikasi.

- a. Kita menerima tanggung jawab jangka pendek dan panjang tentang konsekuensi komunikasi kita sendiri dan mengharapkan hal yang sama dari orang lain.
- b. Kita berusaha keras untuk memahami dan menghormati komunikator lain sebelum mengevaluasi dan menanggapi pesan-pesan mereka.

Pertama, sosiopsikologi yang memandang individu sebagai makhluk sosial. Tradisi Sosiopsikologi memberikan perhatiannya antara lain pada perilaku individu, pengaruh, kepribadian dan sifat individu atau bagaimana individu melakukan persepsi. Sosiopsikologi digunakan dalam topik-topik tentang diri individu, pesan, percakapan, hubungan interpersonal, kelompok, organisasi, media, budaya dan masyarakat.

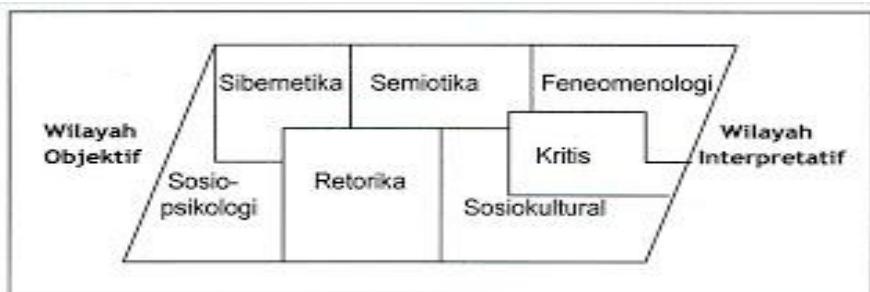
Tradisi ini banyak dipengaruhi Ilmu Psikologi terutama aliran *behavioral*. Karena itu, perhatian utamanya pada perubahan sikap (*attitude*). Misalnya, hubungan antara media dan khalayak akan menyebabkan terjadinya perubahan sikap. Media menjadi stimulus dari luar diri khalayak

yang akan menyebabkan terjadinya perubahan sikap. Jadi ada pengaruh komunikator terhadap perubahan sikap khalayak.

Adapun Varian dari Tradisi ini adalah:

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

Berdasarkan klasifikasi teori komunikasi oleh Robert Craig tersebut, yang manakah dari ketujuh tradisi teori komunikasi tersebut yang memiliki sifat objektif dan yang manakah yang bersifat interpretatif. Dalam hal ini, kita dapat menggunakan pandangan Griffin melalui peta tradisi teori komunikasi sebagai berikut:



Bagan: Peta Tradisi Teori Komunikasi

Sumber: EM Griffin, dan Glen McClish (special consultant), *A First Look At Communication Theory*, Fifth Edition, McGraw Hill, 2003. Hal 33.

B. KOMUNIKASI SEBAGAI FENOMENA SOSIAL

Sosiologi berasal dari kata Latin *socius* yang berarti ‘masyarakat’, dan kata *logos* yang berarti ‘ilmu’. Ilmu sosiologi muncul bersamaan dengan ilmu Psikologi pada abad ke-19, dimana ilmu sosiologi merupakan perkembangan

dari ilmu filsafat sosial. Sedangkan Sosiologi Komunikasi merupakan ‘suatu ilmu yang mempelajari tentang komunikasi dari sudut sosiologis’.

Sosiologi mempelajari komunikasi dalam konteks interaksi sosial dalam masyarakat, baik yang berhubungan dengan media secara langsung maupun dan tidak langsung. Cholin Herry (1964), mendefinisikan komunikasi sebagai usaha untuk membuat satuan sosial dari individu dengan menggunakan bahasa atau tanda, memiliki serangkaian peraturan bersama untuk berbagai kegiatan mencapai tujuan. Tujuan dari sosiologi komunikasi adalah dapat mengetahui pengaruh faktor sosial dalam komunikasi serta dapat memahami keadaan sosiologi yang timbul dalam komunikasi atau mempunyai aspek komunikasi.

Pembahasan komunikasi selalu berkaitan dengan proses sosial, yakni kegiatan pertukaran pikiran dan modifikasi sistem nilai. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa komunikasi sosial di sebuah masyarakat merupakan proses yang tidak bisa dilepaskan dari sistem nilai masyarakat itu sendiri. Ini yang membuktikan bahwa sosiologi itu berpengaruh besar dalam tataran komunikasi.

Sosiologi menjelaskan bahwa komunikasi menjadi unsur terpenting dalam seluruh kehidupan manusia. Kontak sosial menjadi sangat bermakna karena ada komunikasi, sehingga kehidupan sosial akan menjadi hidup. Tanpa komunikasi interaksi sosial tidak akan terjalin. Komunikasi dan sosiologi merupakan dua hal yang saling keterkaitan, sosiologi merupakan ilmu pengetahuan yang telah lama berkembang, sedangkan komunikasi merupakan proses interaksi yang berada dalam kajian sosiologi. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat ‘disimpulkan’ bahwa: “sosiologi menjadi landasan kelahiran dan perkembangan ilmu komunikasi untuk mengkaji kualitas interaksi sosial masyarakat”. Pengaruh sosiologi terhadap komunikasi dalam kehidupan bermasyarakat menghasilkan sebuah “sub ilmu kajian yang dinamakan sebagai sosiologi komunikasi”.

ALIRAN PEMIKIRAN DALAM PARADIGMA SOSIOLOGI KOMUNIKASI



Asal mula kajian komunikasi di dalam sosiologi bermula dari akar tradisi pemikiran Karl Marx. Karl Marx merupakan salah satu pendiri sosiologi yang beraliran Jerman. Sementara Claude Henri Saint-Simon, August Comte dan Emile Durkheim merupakan ahli sosiologi yang beraliran Perancis. Gagasan awal Karl Marx tidak pernah lepas dari pemikiran-pemikiran Hegel. Hegel memiliki pengaruh yang kuat terhadap Karl Marx, bahkan Karl Marx muda menjadi seorang idealisme justru berasal dari pemikiran-pemikiran Hegel tentang idealisme. Karl Marx tua kemudian menjadi seorang materialisme.

Pemikiran Hegel yang paling utama dalam melahirkan pemikiran-pemikiran tradisional konflik dan kritis ajarannya tentang dialektika dan idealisme. Dialektika merupakan suatu cara berpikir dan citra tentang dunia. Sebagai cara berpikir, dialektika menekankan pada cara berpikir yang lebih dinamis tentang arti penting dari proses, hubungan, dinamika, konflik dan kontradiksi. Pada sisi lain, dialektika adalah pandangan tentang dunia bukan tersusun dari struktur yang statis, tetapi terdiri dari proses, hubungan, dinamika, konflik dan kontradiksi. Hegel juga dikaitkan dengan filsafat idealisme yang lebih mementingkan pikiran dan produk mental daripada kehidupan material. Dalam bentuknya yang ekstrem, idealisme menegaskan bahwa hanya konstruksi pikiran dan psikologi yang ada, idealisme adalah suatu proses yang kekal dalam kehidupan manusia, bahkan ada yang berkeyakinan bahwa proses mental tetap ada walaupun kehidupan sosial dan fisik sudah tidak ada lagi. Idealisme merupakan sebuah produk berpikir yang menekankan tidak saja pada proses mental, namun juga gagasan-gagasan yang dihasilkan dari proses mental itu.

Pemikiran-pemikiran Habermas sendiri termasuk dalam kelompok kritis. Habermas sendiri menamakan gagasan-gagasan sebagai rekonstruksi materialism historis. Habermas bertolak dari pemikiran Marx, seperti potensi manusia, spesies makhluk dan aktivitas yang berperasaan. Habermas mengatakan bahwa, Marx telah gagal membedakan antara dua komponen analitik yang berbeda, yaitu kerja dan interaksi. Antara kerja dan interaksi sosial, Marx hanya membahas kerja saja dan mengabaikan interaksi sosial. Ritzer mengutip bahwa Habermas berkata: “ ia hanya mengambil perbedaan antara kerja dengan interaksi sosial sebagai titik awalnya”. Pada sepanjang tulisannya, Habermas menjelaskan perbedaan ini, meski ia cenderung menggunakan istilah tindakan rasional purposive dan tindakan komunikatif (interaksi). Dalam *The Theory of Communication Action* pun ia menyebut tindakan komunikatif ini sebagai bagian dari dasar-dasar ilmu sosial dan teori komunikasi.

Selama tahun 1970-an Habermas memperbanyak studi-studinya mengenai ilmu-ilmu sosial dan mulai menata ulang teori kritik sebagai teori komunikasi. Tahap kunci dari perkembangan ini termuat dalam kumpulan studi yang ditulis bersama Niklas Luhmann, yakni *Theori der Gesellschaft der Sozialtechnologie* (1971); *Legitimations problem des Historischen Materialismus* (1976); dan berbagai kumpulan esai.

Sumbangan pemikiran juga diberikan oleh John Dewey, yang sering disebut sebagai *the first philosopher of communication* itu dikenal hingga kini dengan filsafat pragmatiknya, suatu keyakinan bahwa sebuah ide itu benar jika ia berfungsi dalam praktik. Pragmatisme menolak dualisme pikiran dan materi, serta subjek dan objek. Gagasan-gagasan seharusnya bermanfaat bagi masyarakat, pesan-pesan ide harus tersampaikan dan memberikan kontribusi pada tingkat perilaku orang. Pesan ide membentuk tindakan dan perilaku di lapangan.

Penjelasan tersebut juga menegaskan bahwa sejarah Sosiologi Komunikasi menempuh dua jalur. Pemikiran Comte, Durkheim, Parsons dan Merton, merupakan sumbangan paradigma fungsional bagi kelahiran teori-teori komunikasi yang beraliran struktural fungsional. Sementara sumbangan-sumbangan pemikiran Karl Marx dan Habermas menyumbangkan paradigma konflik bagi kelahiran teori-teori kritis dalam kajian komunikasi.

Sejak awal, sosiologi telah menaruh perhatian pada masalah-masalah yang berhubungan dengan interaksi sosial antara seseorang dan orang lain. Hal yang disebut oleh Comte sebagai “*social dynamic*”, “kesadaran kolektif”

oleh Durkheim, “interaksi sosial” oleh Marx serta “tindakan komunikatif” dan “teori komunikasi” oleh Habermas adalah awal mula lahirnya perspektif sosiologi komunikasi.

Selain yang disumbangkan oleh Karl Marx dan Habermas mengenai teori kritis dalam komunikasi, sumbangan dari perspektif struktural fungsional dalam sosiologi yang diajarkan oleh Talcot Parsons dengan teori sistem tindakan maupun dengan skema AGIL, serta kajian Robert K. Merton tentang struktur-struktur fungsional, struktur sosial dan anomie merupakan sumbangan-sumbangan yang sangat penting terhadap lahirnya teori-teori komunikasi.

Saat ini perspektif teoritis mengenai sosiologi komunikasi bertumpu pada fokus kajian sosiologi mengenai interaksi sosial dan semua aspek yang bersentuhan dengan kajian tersebut. Kajian tentang interaksi sosial mengisyaratkan adanya fungsi-fungsi komunikasi yang lebih dalam, seperti adanya kontak sosial dan komunikasi. Kontak sosial terjadi bukan semata-mata tergantung tindakan, tetapi juga tergantung pada adanya tanggapan terhadap tindakan tersebut. Sementara aspek penting dari komunikasi adalah bila seseorang memberikan tafsiran kepada sesuatu atau pada kelakuan orang. Dalam komunikasi, persoalan makna juga menjadi sangat penting ditafsirkan oleh seseorang yang mendapat informasi (pemberitaan) karena makna yang dikirim oleh komunikator dan penerima informasi menjadi sangat subjektif dan ditentukan oleh konteks sosial ketika informasi disebar dan diterima.

Berdasar uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kajian komunikasi sebagai fenomena sosial akan memperhatikan komunikasi sebagai bagian dari proses sosial. Artinya, bagaimana komunikasi terjadi dan berlangsung berdasar latar belakang sosial-demografis baik individu maupun masyarakat. Sosiologi Komunikasi akan memperhatikan bagaimana komunikasi direspon berbeda dan atau berdampak berbeda dilihat dari latar belakang sosial demografisnya.

C. LINGKUP KAJIAN SOSIOLOGI KOMUNIKASI

Berbeda dari makhluk lain, manusia oleh Tuhan diberi kelebihan menguasai dan memiliki simbol-simbol (*arbritair*). Simbol arbitair yang berupa huruf, kata, frase atau bahasa itu merupakan simplifikasi atas realitas sosial, material yang begitu kompleks sehingga menjadi sangat sederhana. Lihat misalnya: benda berwarna putih, kecil-kecil yang menjadi makanan

utama orang Indonesia: beras. Benda itu, berasal dan atau diperoleh dari proses yang panjang, yakni ditanam di sawah, dirawat (dibersihkan dari rumput, disemprot obat-obatan tanaman manakala ada gangguan hama), dikasih pupuk, lalu berbuah kemudian dipanen dan kemudian dihilangkan kulitnya: jadilah apa yang namanya “beras”.

Bayangkan, benda kecil yang namanya beras itu begitu panjang menjelaskannya. Tetapi, manusia dengan kemampuan simbol arbitrainnya, dengan sederhananya menyimbolkannya dengan kata “beras”. Yang menarik, semua orang yang mengerti konteksnya akan dengan segera dapat mengenali, membayangkan dan mengerti “beras” bahwa benda itu makanan utama orang Indonesia. Kalau semua orang mempunyai pengertian dan pemaknaan yang sama tentang sesuatu hal (seperti beras tadi), maka komunikasi akan lancar. Saudara dapat mencari contoh-contoh yang lain.

Perhatikan kalimat ini: “Petanilah yang memproduksi beras”. Ada 4 kata dalam kalimat tersebut, yakni *petani*, *yang*, *produksi* dan *beras*. Apakah beras itu? Saudara telah mengetahuinya. Tetapi, apakah *petani* itu? Apa maksudnya “*yang*”? apa pula *produksi* itu? Kalau Saudara mendengar kalimat tersebut dan kemudian meresponnya berarti telah terjadi komunikasi; sebab Saudara telah mengerti makna dan maksud dari kata-kata dalam kalimat (yang semuanya merupakan simbol-simbol dari realitas empiris) dalam kalimat tersebut. Dengan demikian, berkomunikasi adalah proses saling memberi (mengirim makna kata-kata/kalimat antara komunikan dan komunikator. Di sinilah kelebihan manusia: mampu menyederhanakan dunia material yang sangat kompleks dan rumit dengan kata dan bahasa: *conceptualization*. Dari sinilah mengapa manusia mampu membangun dan mengembangkan kebudayaan dan peradabannya.

Dalam bahasan sebelum ini, sekalipun baru selintas telah kita singgung penjelasan tentang proses komunikasi. Proses komunikasi merupakan serangkaian transformasi pesan dari seseorang (*komunikator*) ke individu lain (*komunikan*) yang didalamnya tidak hanya merupakan proses psikologis, tetapi juga merupakan proses sosiologis. Secara sosiologis, proses tranformasi sosial antara komunikator dan komunikan tersebut oleh George Herbert Mead (1863-1931) disebutnya Interaksi Simbolik.

Sosiologi Komunikasi terdiri dari 4 konsep yang sekaligus menjadi ruang lingkup sosiologi komunikasi. Keempat konsep tersebut yakni sosiologi, masyarakat, komunikasi, dan teknologi media/informasi.

Dalam interaksi simbolik seseorang memberi makna, mengartikan atau menafsirkan sesuatu yang datang dari lingkungan eksternal (misalnya dari komunikator) untuk kemudian direspon dengan sikap, tampilan atau perilaku tertentu sesuai dengan hasil pemaknaan, penafsiran dan pengartiannya atas stimulus tersebut. Bagi penganut interaksionisme simbolik, masyarakat itu tumbuh berkat pertukaran simbol-simbol komunikasi dalam interaksi sosial yang menghasilkan konsensus berupa tindakan bersama. Segala perubahan dalam masyarakat dengan demikian penyebab paling rasionalnya adalah pertukaran simbol-simbol dalam praktek komunikasi. Praktek komunikasi akhirnya dapatlah dipahami sebagai tindakan sosial. Artinya, tindakan *meaningfull* atau tindakan penuh makna.

Osgood mengemukakan bahwa bidang komunikasi sebagai unit-unit komunikasi (para individu dan institusi sosial) yang secara bersamaan berfungsi dalam semua tingkatan proses komunikasi. Tingkatan ini dianggap sebagai penerimaan informasi, interpretasi informasi yang diterima, dan pengiriman informasi ke unit-unit lainnya. Dalam proses ini, menurut Shannon dan Weaver (1949) terjadi juga apa yang disebut sebagai 'noise'. Dalam konteks ini, komunikasi dapat didefinisikan sebagai 'interaksi sosial melalui pesan-pesan'. Pesan ini secara formal terkode, simbolis, atau peristiwa representasi dari beberapa signifikansi yang dibagi dalam budaya, diproduksi dengan tujuan menyebabkan signifikansi (Gerbner, 1958a).

Perbedaan antara 'pendekatan komunikasi' dan pendekatan studi perilaku dan budaya lainnya (karena itu) terletak pada tingkat dimana; 1) pesan berhubungan erat dengan proses yang dipelajari; 2) produksi, isi, pengiriman, persepsi, dan penggunaan pesan adalah pusat dari pendekatan ini. 'Pendekatan (atau teori) komunikasi' dapat dibedakan dari lainnya ketika hal ini berpusat pada jenis dan peran pesan dalam mengatur kehidupan dan masyarakat. Media komunikasi merupakan sarana atau alat yang mampu membentuk karakter atau mengirim pesan. *A Dictionary of the Social Sciences* mendefinisikan media massa sebagai semua alat komunikasi publik dimana pesan audio dan/atau visual langsung dikirim ke audiens. Termasuk di dalam media massa yakni televisi, radio, bioskop, koran, majalah, buku, dan baliho (Gould dan Kolb, 1964).

Jurgen Habermas, mempertegas kajian sosiologi komunikasi dalam buku *Communication and Evolution of Society* (1979) bahwa dalam situasi masyarakat dewasa ini, masalah-masalah tingkah laku kehidupan memerlukan diskusi rasional yang tidak melulu memusatkan diri pada

sarana-sarana teknis atau pada penerapan norma-norma tingkah laku tradisional. Bagi Habermas, komunikasilah yang menjadi titik sentral bangunan masyarakat yang universal. Pemilahan segala macam masyarakat secara klasik disumbangkan oleh sosiologi baginya tidak lagi mampu mengatasi permasalahan sosial jika mengesampingkan peran komunikasi. Tampaknya, inilah persemaian paradigma komunikasi dalam sosiologi. Membicarakan masyarakat tanpa mengaitkannya dengan model berpikir yang pusat orientasinya pada komunikasi menjadikan pembicaraan tersebut kurang signifikan.

Dalam kajian Sosiologi Komunikasi, biasanya dibangun berdasar asumsi bahwa:

1. Kehidupan seseorang tidak berada dalam ruang hampa
2. Orang hidup dan berhubungan dengan “realitas” sosial, budaya, ekonomi, politik, dll
3. Orang hidup dalam dunia yang telah “tersetting”, “dunia penuh makna”, realitas yang terstruktur
4. realitas sosial mempengaruhi komunikator

Oleh karena itu, Sosiologi Komunikasi akan mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan:

1. Siapa aktor (agen) komunikator
2. Dengan siapa aktor berkomunikasi
3. Pada situasi macam apa komunikasi dilakukan
4. Apakah struktur sosial (*setting sosial*) membuat perubahan pada cara, isi, gaya, pilihan bahasa komunikator
5. Apakah jika mengubah komunikator, kapan, di mana, dan dalam bentuk seperti apa perubahan itu terjadi
6. Bagaimana posisi dan peran teknologi komunikasi dalam proses perubahan sosial
7. Mengapa (determinan faktor apa) yang menyebabkan komunikator, audiens dan masyarakat berubah
8. Sejauh mana (besaran) perubahan itu terjadi, dan seterusnya

Untuk bisa mengerti, memahami dan menganalisis perilaku komunikasi seseorang diperlukan pemahaman yang cukup terhadap beberapa konsep-konsep dasar sosiologi, misalnya:

1. Interaksi sosial (*Social interaction*): George Simmel, Talcott Parson, Homans, Peter Blau dan Levi-Strauss)
2. Definisi situasi (*definition of the situation*): Isac Thomas, Max Weber, MacIver, Schutz, Anthony Giddens dan Znaniecki)
3. Pengambilan peran kelompok referens (*role taking and reference group*): Herbert Mead, W.G Sumner, Robert K. Merton, Erving Goffman
4. Kebudayaan (*symbol*), nilai (*value*): Tylor, White dan Kluckhohn)
5. Sistem status (*status system*): Linton, Znaniecki, Merton dan Hughes)
6. Struktur dan stratifikasi sosial (Peter Blau, Robert K. Merton, Lewis Coser)
7. Pembentukan realitas secara sosial (Peter L Berger)
8. Perubahan sosial

Akan lebih bagus lagi jika para mahasiswa juga memahami beberapa perspektif teori sosiologi, misalnya:

1. Teori Sistem Sosial (*Social System*): Talcot Parson
2. Interaksionisme Simbolik (*Symbolic Interaction*): Herbert Blumer, Herbert Mead
3. Teori Pertukaran Sosial (*Social exchange Theory*): Pieter Blau & Homans
4. Teori Kaca diri (*Looking glass-self theory*): Cooley
5. Dramaturgi (Erving Goffman)
6. Dasar-dasar Hermeneutik dan Fenomenologi: Alfred Schutz, Paul Riceour, Gadamer.
7. Pendekatan Kritis: Kritisisme dan Teori Kritik
8. Berdasar pada pemikiran dan beberapa konsep sosiologi di atas, maka analisis komunikasi dalam perspektif sosiologi, atau yang lazim disebut dengan Sosiologi Komunikasi akan memperhatikan bagaimana komunikasi direspon berbeda dan atau berdampak berbeda dilihat dari latar belakang sosial demografisnya.



LATIHAN

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

- 1) Jelaskan 3 definisi komunikasi! Tunjukkan perbedaan dan persamaan dari ketiga definisi yang Saudara sebutkan di atas!
- 2) Jelaskan ciri-ciri utama sosiolog sebagai ilmu yang berdiri sendiri!
- 3) Apakah yang dimaksud dengan sosiologi komunikasi?
- 4) Apa sajakah yang menjadi ruang lingkup obyek kajian sosiologi komunikasi?
- 5) Apa hakikat proses interaksionisme simbolis dalam sosiologi komunikasi?

Petunjuk Jawaban Latihan

Untuk menjawab latihan di atas sebaiknya Anda sudah membaca modul dengan baik, dan sudah membuat catatan-catatan kecil atau ringkasan, serta membuat matrik cakupan materi yang akan memudahkan Anda dalam melihat perbedaan dan persamaan definisi yang merupakan pendapat para ahli.



RANGKUMAN

Komunikasi secara sosiologis dipandang sebagai salah satu fenomena sosial. Sebagai fenomena sosial, maka keberadaan komunikasi dapat mempengaruhi kehidupan sosial, pun juga sebaliknya; kehidupan masyarakat mempengaruhi fenomena komunikasi. Itulah sebabnya mengapa fenomena komunikasi telah menjadi kajian sosiologi. Kajian Sosiologi Komunikasi ini tidak hanya penting dan menarik bagi mahasiswa sosiologi, tetapi dan terlebih juga bagi mahasiswa komunikasi sendiri.

Sehubungan dengan itu, maka fenomena komunikasi dapat dikaji dengan menggunakan beberapa perspektif teori-teori sosiologi mulai dari yang klasik, modern dan bahkan post-modern. Selain itu, secara metodologis, kajian berperspektif Sosiologi Komunikasi ini sudah

barang tentu dapat mendayagunakan setidaknya 3 (tiga) metode penelitian, yakni metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan quasi eksperimental.

Sebagaimana fenomena sosial, kajian sosiologi komunikasi tidak akan berbicara tentang apa dan bagaimana teknis berkomunikasi; tetapi bagaimana perilaku komunikasi masyarakat terjadi dan berlangsung dalam situasi sosial tertentu. Artinya, perilaku komunikasi itu merupakan fungsi dari latar belakang pendidikan, strata sosial, kondisi ekonomi, system budaya dan kepentingan masyarakatnya.



TES FORMATIF 2

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat!

- 1) Pernyataan berikut yang bukan merupakan asumsi dasar sosiologi komunikasi adalah
 - A. kehidupan seseorang tidak berada dalam ruang hampa
 - B. orang hidup dan berhubungan dengan 'realitas' sosial, budaya, ekonomi, politik
 - C. orang hidup dalam dunia yang tidak *tersetting*
 - D. realitas sosial mempengaruhi komunikator

- 2) Pendekatan sosiologi komunikasi yang mengkhususkan pengamatannya berdasarkan makna di balik simbol-simbol interaksi yang nampak di permukaan merupakan perspektif teori sosiologi
 - A. Interaksionisme Simbolik
 - B. Struktural Fungsional
 - C. Teori Kritis
 - D. Teori Konflik

- 3) Syarat terjadinya interaksi sosial, antara lain adanya komunikasi karena melalui komunikasi seseorang dapat
 - A. Memberikan tafsiran tentang pribadi orang lain
 - B. Memberikan dorongan emosional
 - C. Menimbulkan hubungan yang romantis
 - D. Menimbulkan saling pengertian antara individu

- 4) Objek sosiologi yang menekankan pada manusia sebagai makhluk sosial atau masyarakat. Disebut juga dengan objek
 - A. formal
 - B. material
 - C. metafisis
 - D. non etis

- 5) Substansi Teori Berger dan Luckmann adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi-sekunder. Basis sosial teori dan pendekatan ini adalah masyarakat transisi-modern di Amerika pada sekitar tahun 1960-an, dimana media massa belum menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan. Teori Berger dan Luckmann tersebut dinamakan
 - A. Teori Konstruksi Sosial
 - B. Teori Sistem Sosial
 - C. Teori Dramaturgi
 - D. Teori Pertukaran Sosial

- 6) Perbedaan antara 'pendekatan komunikasi' dan pendekatan studi perilaku dan budaya lainnya (karena itu) terletak pada tingkat
 - A. struktur sosial yang membantuk masyarakat
 - B. pesan berhubungan erat dengan proses yang dipelajari
 - C. interaksi antar individu
 - D. komunikasi menjadi titik sentral bangunan masyarakat

- 7) Determinasi fungsi komunikasi dalam teori sistem sosial adalah fungsi....
 - A. komunikasi antar unsur sistem
 - B. komunikasi sosial
 - C. fungsi pendukung
 - D. *interdependency*

- 8) Kehadiran teknologi komunikasi massa di masyarakat akan berpengaruh terhadap
 - A. perubahan sosial
 - B. dinamika sosial
 - C. proses dan dampak sosial
 - D. semua jawaban benar

Cocokkanlah jawaban Anda dengan Kunci Jawaban Tes Formatif 2 yang terdapat di bagian akhir modul ini. Hitunglah jawaban yang benar. Kemudian, gunakan rumus berikut untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi Kegiatan Belajar 2.

$$\text{Tingkat penguasaan} = \frac{\text{Jumlah Jawaban yang Benar}}{\text{Jumlah Soal}} \times 100\%$$

Arti tingkat penguasaan: 90 - 100% = baik sekali
80 - 89% = baik
70 - 79% = cukup
< 70% = kurang

Apabila mencapai tingkat penguasaan 80% atau lebih, Anda dapat meneruskan dengan modul selanjutnya. **Bagus!** Jika masih di bawah 80%, Anda harus mengulangi materi Kegiatan Belajar 2, terutama bagian yang belum dikuasai.

Kunci Jawaban Tes Formatif

Tes Formatif 1

- 1) A berbagi atau menjadi milik bersama. Maksudnya adalah menyampaikan pesan kepada orang lain (*sharring informasin*)
Kata *communis* dimaksudkan suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna
- 2) D transaksional. Berdasarkan pandangan ini, maka orang-orang yang berkomunikasi dianggap sebagai komunikator yang secara aktif mengirimkan dan menafsirkan pesan. Setiap saat mereka bertukar pesan verbal dan atau pesan nonverbal. Dengan demikian, pengertian transaksional disini adalah saling mengirim pesan dan saling menerima (dan memaknai) masing-masing pesan.
- 3) C Simbolik. Kesymbolikan itu karena pada dasarnya manusia berpikir dan berlaku simbolis, diberi tanda, label. Simbol yang utama bagi manusia adalah apa yang disebut dengan simbol arbitair, yakni berupa kata, kalimat, bahasa, gerak tubuh, ekspresi muka, gambar, warna, aroma, busana atau kode-kode tertentu.
- 4) D Penyandian, sebab penyandian bukan menjadi bagian (salah syarat) terjadinya proses komunikasi
- 5) A Sekunder; sebab komunikasi antara komunikan dan komunikator menggunakan media yang namanya telepon, hp, atau media lain
- 6) B mempengaruhi sikap dan perilaku kegiatan komunikasi yang dimaksudkan untuk mempengaruhi sikap dan pendapat orang lain, seperti bujuk rayu, nasihat, adu pendapat, pembelaan diri, permintaan, dan perintah.
- 7) A Sebagai komunikasi sosial
- 8) A sebab hanya dengan simbolallah makna pesan dapat dimengerti dan dipahami antar actor (baik pengirim pesan maupun penerima pesan)
- 9) B sebab simbol arbitair itu merupakan penanda berupa kata, kalimat, phrase dan bahasa yang sangat membantu proses komunikasi antar manusia yang memang mempunyai kelebihan intelektualitas (dibanding mahluk lain)
- 10)C salah memaknai pesan. Sebab, hal yang utama dan pertama berlangsungnya dan lancarnya komunikasi jika antara komunikan dan

komunikator mempunyai pemaknaan sama terhadap pesan yang disampaikan.

Tes Formatif 2

- 1) C Orang hidup dalam dunia yang tidak tersetting. Pada dasarnya orang hidup dalam dunia yang tersetting “dunia penuh makna”, realitas yang tidak terstruktur
- 2) A Interaksionisme simbolik
- 3) D Menimbulkan saling pengertian antara individu
- 4) B Materiil. Manusia sebagai objek kajian materiil, dari sosiologi komunikasi berkenaan dengan aktivitas sosial manusia. Dalam konteks sosiologi komunikasi, persoalan manusia difokuskan pada interaksi sosialnya dengan manusia lainnya dalam masyarakat.
- 5) A Teori Konstruksi Sosial
- 6) C Interaksi antar Individu
- 7) A Komunikasi antar unsur sistem

Daftar Pustaka

- Cangara, Hafidz, 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta:PT RajaGrafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana, 1993. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. (Jakara, Mandar Maju).
- Effendy, Onong Uchjana, 1996. *Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta:Grasindo. Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana, 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Horton, Paul B. & Chester L, Hunt, 1996, Sosiologi, Penerbit Erlangga.
- Littlejohn, Stephen W. 2001. *Theories of Human Communication*. USA: Wadsworth Publishing.
- Malik, Dedy Djamaludin, 1994, Komunikasi Persuasif, Remaja Rosdakarya, Bandung
- McQuail, Denis, 1994. *Teori Komunika Massa: Suatu Pengantar*, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Rosda.
- Ruben, Brent D, Stewart, Lea P, 2005, *Communication and Human Behaviour*, USA: Alyn and Bacon.
- Nimmo, Dan, 1993. Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Alvesson, Mats and Kaj Skolderg, 2000, *Reflexive Methodology, News Vistats for Qualitative Research*, London : SAGE Publications.
- Berger, Peter L., 1985, *Humanisme Sosiologi*, Jakarta : Inti Sarana Aksara.

- Blumer, Herbert, 1969, *Symbolic Interaction: Perspective and Method*. New York : Englewood Cliffs, Prentice-Hall Inc.
- Gunawan, “Efektifitas Pesan dalam Komunikasi”, dalam Komunikasi Massa, Volume 5, No.1. 2009.
- Habermas, Jurgen, 1962, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society*, Cambridge, UK.
- Kunczik, Michael. 1985. *Communication Manual: Communication and Social Change*. German: Friederich, Ebert, Stiftung.
- Littlejohn, 2005. *Theories of Human Communication*.
- Kingsley Davis; Human society; cetakan ke-13. The Macmillan Company, New York, 1960. Hal. 149.
- McQuail, 1987, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga.
- Rosady, *Manajemen HUMAS Dan Manajemen Komunikasi; Konsepsi Dan Aplikasi*. (Jakarta ; Raja Grafindo. 2001) hal. 77-78
- Stoke, Jane, 2003. *How To Do Media and Cultural Studies: Panduan untuk Melaksanakan Penelitian dalam Kajian Media dan Budaya*. Bandung: Bintang.
- Wignyoebroto, Soetandyo, 1995, *Kehidupan Bermasyarakat*, Fisip Unair.
- Wiryanto, Pengantar Ilmu Komunikasi, 2001. Jakarta: Grasindo.