



BUKU AJAR

PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI

Tim Penulis :

Dra. Nova Riana, M.Si., CHE
Fitria Endah Purwani, SKM., SST., MKeb
Noor Afy Shovmayanti, M.I.Kom
Tiarlin Lavida Rahel S R, SST., M.Keb
Anah Sugihanawati, AmKep., M.Pd
Nurika Rahma, SST., M.Keb
Dr. Nahdiana, S.Sos., M.Si
Herlinah, S.Kom., M.Si
Sabaruddin, S.S., M.Si
Dra. Hj. Nurbaiti, MM

SONPEDIA.COM
PT. Sonpedia Publishing Indonesia

BUKU AJAR PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI

Tim Penulis :

Dra. Nova Riana, M.Si., CHE
Fitria Endah Purwani, SKM., SST., MKeb
Noor Afy Shovmayanti, M.I.Kom
Tiarlin Lavida Rahel S R, SST., M.Keb
Anah Sugihanawati, AmKep., M.Pd
Nurika Rahma, SST., M.Keb
Dr. Nahdiana, S.Sos., M.Si
Herlinah, S.Kom., M.Si
Sabaruddin, S.S., M.Si
Dra. Hj. Nurbaiti, MM

Penerbit

SONPEDIA.COM
PT. Sonpedia Publishing Indonesia

BUKU AJAR PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI

Tim Penulis :

Dra. Nova Riana, M.Si., CHE
Fitria Endah Purwani, SKM., SST., MKeb
Noor Afy Showmayanti, M.I.Kom
Tiarlin Lavidia Rahel S R, SST., M.Keb
Anah Sugihanawati, AmKep., M.Pd
Nurika Rahma, SST., M.Keb
Dr. Nahdiana, S.Sos., M.Si
Herlinah, S.Kom., M.Si
Sabaruddin, S.S., M.Si
Dra. Hj. Nurbaiti, MM

ISBN : 978-623-8483-52-5

Editor :

Sepriano & Efitra

Penyunting :

Nurrohmi Gita Permata

Desain sampul dan Tata Letak :

Yayan Agusdi

Penerbit :

PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Redaksi :

Jl. Kenali Jaya No 166 Kota Jambi 36129 Telp. +6282177858344

Email : sonpediapublishing@gmail.com

Website : www.buku.sonpedia.com

Anggota IKAPI : 006/JBI/2023

Cetakan Pertama, Januari 2024

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan buku ini dengan baik. Buku ini berjudul “**BUKU AJAR PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI**”. Tidak lupa kami ucapkan terima kasih bagi semua pihak yang telah membantu dalam penulisan dan penerbitan buku ini.

Ilmu komunikasi sebagai sebuah cabang ilmu yang dinamis terus berkembang seiring perubahan zaman dan teknologi. Oleh karena itu, buku ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang kokoh mengenai teori dasar, konsep, dan aplikasi praktis ilmu komunikasi.

Buku ini disusun sebagai buku panduan komprehensif yang menjelajahi kompleksitas dan mendalamnya tentang ilmu komunikasi. Buku ini dapat digunakan oleh pendidik dalam melaksanakan kegiatan pembelajaran di bidang ilmu komunikasi dan diberbagai bidang Ilmu terkait lainnya. Buku ini dapat digunakan sebagai panduan dan referensi mengajar mata kuliah pengantar ilmu komunikasi dan menyesuaikan dengan Rencana Pembelajaran Semester tingkat Perguruan Tinggi masing-masing.

Secara garis besar, buku ajar ini pembahasannya mulai dari Posisi ilmu komunikasi dan ilmu sosial serta definisi komunikasi, karakteristik komunikasi antar manusia, Prinsip-prinsip komunikasi antarmanusia, miskonsepsi komunikasi, peran dan fungsi komunikasi, komponen komunikasi, model-model komunikasi: linier, interaksonal, transaksional, lasswell dan juga materi penting lainnya seperti perkembangan teknologi komunikasi dan etika komunikasi. Buku ajar ini disusun secara sistematis, ditulis dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami, dan dapat digunakan dalam kegiatan pembelajaran.

Buku ini mungkin masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, saran dan kritik para pemerhati sungguh penulis harapkan. Semoga buku ajar ini memberikan manfaat dan menambah khasanah ilmu pengetahuan dalam pembelajaran.

Bekasi, Desember 2023

Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
KEGIATAN BELAJAR 1 POSISI ILMU KOMUNIKASI DALAM ILMU SOSIAL.....	1
DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. PENGERTIAN ILMU KOMUNIKASI	2
B. SEJARAH PERKEMBANGAN ILMU KOMUNIKASI.....	3
C. POSISI PENTING ILMU KOMUNIKASI	6
D. TEORI-TEORI ILMU KOMUNIKASI YANG TERKAIT DENGAN ILMU SOSIAL	11
E. RANGKUMAN	13
F. TES FORMATIF	14
G. LATIHAN.....	14
KEGIATAN BELAJAR 2 KARAKTERISTIK KOMUNIKASI ANTAR MANUSIA	15
DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. KONSEP DAN TEORI KOMUNIKASI INTERPERSONAL.....	16
B. TEORI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI.....	19
C. CIRI-CIRI KOMUNIKASI INTERPERSONAL	24
D. KEBUTUHAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM ORGANISASI.....	25
E. TUJUAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL.....	27
F. FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL.....	29
G. RANGKUMAN	30
H. TES FORMATIF	30

I. LATIHAN.....	31
KEGIATAN BELAJAR 3 PRINSIP-PRINSIP KOMUNIKASI	32
DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. KOMUNIKASI ADALAH SEBUAH PROSES	33
B. PRINSIP-PRINSIP KOMUNIKASI	35
C. MISKONSEPSI KOMUNIKASI	46
D. RANGKUMAN	49
E. TES FORMATIF	50
F. LATIHAN.....	51
KEGIATAN BELAJAR 4 PERAN DAN FUNGSI KOMUNIKASI.....	53
DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. PERAN KOMUNIKASI.....	54
B. FUNGSI KOMUNIKASI	57
C. LANGKAH-LANGKAH UNTUK MENINGKATKAN FUNGSI KOMUNIKASI	61
D. RANGKUMAN	62
E. TES FORMATIF	63
F. LATIHAN.....	65
KEGIATAN BELAJAR 5 KOMPONEN KOMUNIKASI	66
DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. PENGANTAR KOMUNIKASI	67
B. KOMPONEN KOMUNIKASI.....	68
C. RANGKUMAN	75
D. TES FORMATIF	76
E. LATIHAN.....	77
KEGIATAN BELAJAR 6 KOMUNIKASI NONVERBAL	78
DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	

A.	PENGERTIAN KOMUNIKASI NONVERBAL	79
B.	FUNGSI KOMUNIKASI NONVERBAL	80
C.	JENIS-JENIS KOMUNIKASI NONVERBAL	83
D.	RANGKUMAN	92
E.	TES FORMATIF	93
F.	LATIHAN.....	94
KEGIATAN BELAJAR 7 MODEL-MODEL KOMUNIKASI.....		95
DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN		
A.	PENGERTIAN DASAR KOMUNIKASI.....	96
B.	UNSUR-UNSUR KOMUNIKASI	98
C.	MODEL KOMUNIKASI LINEAR	102
D.	MODEL KOMUNIKASI INTERAKSIONAL.....	103
E.	MODEL KOMUNIKASI TRANSAKSIONAL	104
F.	MODEL KOMUNIKASI LASSWELL	106
G.	RANGKUMAN	107
H.	TES FORMATIF	108
I.	LATIHAN.....	108
KEGIATAN BELAJAR 8 PERKEMBANGAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI ..		109
DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN		
A.	KONSEP DASAR TEKNOLOGI KOMUNIKASI.....	110
B.	SEJARAH TEKNOLOGI KOMUNIKASI	116
C.	REVOLUSI KOMUNIKASI.....	118
D.	KARAKTERISTIK TEKNOLOGI KOMUNIKASI.....	119
E.	IMPLIKASI REVOLUSI TEKNOLOGI PADA MEDIA KOMUNIKASI	121
F.	KONVERGENSI TEKNOLOGI KOMUNIKASI	123

G.	RANGKUMAN	125
H.	TES FORMATIF	126
I.	LATIHAN.....	126
KEGIATAN BELAJAR 9 KOMUNIKASI PEMBANGUNAN.....		128
DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN		
A.	KONSEP DASAR KOMUNIKASI PEMBANGUNAN.....	129
B.	TUJUAN KOMUNIKASI PEMBANGUNAN.....	130
C.	PENDEKATAN DALAM KOMUNIKASI PEMBANGUNAN	131
D.	MODEL KOMUNIKASI PEMBANGUNAN.....	133
E.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMBANGUNAN	134
F.	RANGKUMAN	137
G.	TES FORMATIF	138
H.	LATIHAN.....	138
KEGIATAN BELAJAR 10 ETIKA KOMUNIKASI		139
A.	PENDAHULUAN	140
B.	FUNGSI ETIKA KOMUNIKASI	150
C.	TUJUAN ETIKA KOMUNIKASI	151
D.	MANFAAT ETIKA KOMUNIKASI.....	151
E.	PRINSIP ETIKA KOMUNIKASI.....	152
F.	RANGKUMAN	153
G.	TES FORMATIF	154
H.	LATIHAN.....	155
DAFTAR PUSTAKA		156
TENTANG PENULIS		162

KEGIATAN BELAJAR 1

POSISI ILMU KOMUNIKASI DALAM ILMU SOSIAL

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

Pada bab ini mahasiswa mempelajari pengenalan dan konsep dasar ilmu komunikasi dan posisinya dalam ilmu sosial. Diharapkan mahasiswa akan memperoleh pemahaman dan wawasan lebih dalam tentang dasar-dasar ilmu komunikasi untuk dapat mendalami berbagai cabang bidang ilmu komunikasi lebih lanjut.

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan :

1. Mampu menjelaskan pengertian ilmu komunikasi.
2. Mampu menguraikan tentang sifat interdisiplinartas ilmu komunikasi
3. Mampu menjelaskan pentingnya posisi ilmu komunikasi sebagai ilmu sosial
4. Mampu menjelaskan kontribusi teori ilmu komunikasi terhadap ilmu sosial lainnya.

PETA KONSEP PEMBELAJARAN



A. PENGERTIAN ILMU KOMUNIKASI

Ilmu komunikasi adalah disiplin ilmu yang mendalami berbagai aspek komunikasi manusia, baik secara verbal maupun non-verbal, yang diimplementasikan dalam berbagai konteks sosial. Fokus utama ilmu komunikasi adalah memahami bagaimana informasi, gagasan, dan emosi disampaikan, diterima, dan dipahami dalam interaksi manusia. Interaksi ini dapat berupa interaksi antar individu, kelompok, organisasi, maupun masyarakat secara luas. Ilmu Komunikasi mencakup berbagai dimensi, termasuk komunikasi interpersonal, komunikasi massa, komunikasi organisasional, dan komunikasi lintas budaya.

Pada dasarnya, ilmu komunikasi tidak hanya mempelajari proses pengiriman dan penerimaan pesan, tetapi juga mengeksplorasi dampaknya terhadap pembentukan identitas, pembentukan opini publik, pengambilan keputusan, dan dinamika hubungan sosial. Para ilmuwan komunikasi menggunakan berbagai teori dan

metode penelitian, mulai dari pendekatan kuantitatif hingga kualitatif, untuk menyelidiki bagaimana komunikasi memainkan peran dalam membentuk norma sosial, struktur sosial, dan perubahan (dinamika) yang terjadi di masyarakat.

Dengan semakin berkembangnya teknologi dan globalisasi, ilmu komunikasi terus beradaptasi untuk memahami tren baru, seperti media sosial, perkembangan teknologi informasi, dan dinamika budaya yang terus berubah. Secara keseluruhan, ilmu komunikasi bukan hanya tentang pemahaman konsep-konsep komunikasi, tetapi juga tentang bagaimana konsep-konsep ini dapat diterapkan untuk meningkatkan pemahaman kita tentang dunia sekitar dan memperkuat interaksi sosial.

Dari uraian di atas, ilmu komunikasi dapat didefinisikan sebagai suatu interaksi antara dua pihak berupa penyampaian atau pertukaran pesan baik melalui kata-kata, simbol, tindakan/perilaku, dalam upaya memberi dampak bagi penerimanya. Yang dimaksudkan dengan 'pesan' adalah informasi, gagasan, maupun emosi. Sedangkan yang dimaksudkan dengan 'dua pihak' dapat berupa antar individu, antar organisasi, maupun diantara masyarakat luas.

B. SEJARAH PERKEMBANGAN ILMU KOMUNIKASI

Sejarah perkembangan ilmu komunikasi mencakup rentang waktu yang sangat panjang, sejak zaman Yunani kuno. Ilmu Komunikasi berkembang menjadi sebuah disiplin ilmu sebagai tanggapan terhadap perubahan-perubahan sosial, serta perkembangan teknologi dan budaya dalam kehidupan manusia.

Berikut adalah beberapa tonggak sejarah yang mencirikan perkembangan ilmu komunikasi:

1. Awal Abad ke-20: Perkembangan Studi Komunikasi Massa.

Awal abad ke-20 merupakan masa munculnya minat terhadap studi komunikasi massa, terutama terkait dengan peran media cetak dan radio yang mendominasi saluran informasi pada masa itu. Periode ini juga merupakan masa dimana dunia politik mulai memperhatikan strategi komunikasi politik. Ditandai oleh Harold D. Lasswell, seorang ilmuwan politik, yang memperkenalkan model pertama komunikasi yang terkenal dengan pertanyaan "*Who says what to whom in which channel for what effect?*" yang menjadi dasar kajian komunikasi politik.

2. Dekade 1930-an dan 1940-an: Teori Komunikasi dan Kesejahteraan Sosial.

Terdapat dua momentum penting pada masa ini bagi perkembangan ilmu komunikasi, yaitu:

- a. Paul Lazarsfeld dan Harold D. Lasswell membantu membentuk dasar-dasar teori komunikasi, dengan penekanan pada penelitian empiris dan metode ilmiah.
- b. Munculnya Institut Penelitian Kesejahteraan Sosial di Universitas Chicago yang memberikan kontribusi besar terhadap pengembangan ilmu komunikasi.

3. Dekade 1950-an dan 1960-an: Komunikasi Antarpribadi dan Teori Sistem.

Pada masa ini para ilmuwan komunikasi menaruh perhatian pada hubungan antarmanusia. Ilmuwan sosial seperti Wilbur Schramm dan David Berlo menggagas teori komunikasi antarpribadi. Komunikasi antarpribadi dianggap merupakan dasar dari semua cabang ilmu komunikasi lainnya. Pada dekade ini pula McLuhan memperkenalkan gagasan "*global village*" dan memfokuskan perhatian pada dampak media elektronik terhadap masyarakat.

4. Dekade 1970-an dan 1980-an: Pengembangan ke Studi Budaya dan Kritis

Pada periode ini muncul pendekatan kritis dan studi budaya dalam ilmu komunikasi, dengan pemikiran dari tokoh-tokoh seperti Stuart Hall dan Michel Foucault. Stuart Hall, salah satu pakar kajian media dari Inggris, mengemukakan pemikirannya mengenai peran media dalam masyarakat dalam pembentukan persepsi publik, yakni melalui Teori Representasi dan Teori Pemaknaan. Sedangkan pemikiran Foucault menggambarkan ketertarikannya pada isu-isu kemanusiaan, marginalitas, ketidaknormalan, dan pandangannya tentang kebenaran. Ini memunculkan pengembangan teori-teori komunikasi kritis dan kultural yang mempertanyakan representasi, kekuasaan, dan ideologi dalam media.

5. Dekade 1990-an hingga Sekarang: Revolusi Digital dan Komunikasi Global

Munculnya era teknologi digital dan internet membawa perubahan drastis dalam cara manusia berkomunikasi. Perubahan ini bukan hanya dalam aspek perangkat dan cara berkomunikasi, namun juga berdampak pada bergesernya gaya dan pola hidup. Berbagai studi tentang media sosial, pengaruh internet, dan komunikasi global menjadi fokus penelitian yang meningkat signifikan dalam bidang ilmu komunikasi.

Di Indonesia, pendidikan ilmu komunikasi baru mulai berkembang pada akhir tahun 1940-an, dimana bidang kajian komunikasi yang dipelajari umumnya menitikberatkan pada bidang jurnalistik. Pada masa kini, telah semakin banyak perguruan tinggi yang menyelenggarakan pendidikan ilmu komunikasi. Bidang kajiannya pun semakin luas, tidak hanya terbatas pada bidang jurnalistik, namun telah berkembang ke berbagai bidang kajian komunikasi lainnya, seperti Manajemen Komunikasi, Ilmu Media, Komunikasi

Internasional, Komunikasi Olahraga, Komunikasi Perusahaan, Hubungan Masyarakat, dan lain-lain.

Hingga kini, perkembangan ilmu komunikasi terus berlanjut, mencerminkan dinamika perubahan dalam masyarakat dan perkembangan teknologi. Disiplin ini terus mengeksplorasi kompleksitas komunikasi manusia dengan memperhatikan aspek-aspek seperti budaya, identitas, dan dampak teknologi terkini.

C. POSISI PENTING ILMU KOMUNIKASI

Ilmu Komunikasi memiliki relevansi yang sangat penting dalam era modern ini dimana pertukaran informasi dan interaksi sosial menjadi aspek penting dalam kehidupan sehari-hari. Pemahaman mendalam tentang proses komunikasi akan membantu mengatasi berbagai tantangan dalam hubungan antarindividu, organisasi, dan masyarakat. Dalam konteks bisnis, keberhasilan suatu perusahaan seringkali bergantung pada kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif, baik dalam hal manajemen internal maupun interaksi dengan pelanggan dan pemangku kepentingan eksternal.

Ilmu Komunikasi juga memainkan peran kunci dalam membentuk opini publik dan memengaruhi perubahan sosial. Dengan memahami bagaimana media massa dan pelaku komunikasi massa berinteraksi dengan masyarakat, kita dapat mengidentifikasi tren, memahami sikap publik, dan merancang strategi komunikasi yang memengaruhi pandangan dan perilaku masyarakat. Selain itu, ilmu komunikasi memberikan wawasan tentang aspek-aspek kritis dalam komunikasi antarbudaya, membantu mengurangi konflik, dan mendorong saling pemahaman di antara kelompok-kelompok dengan latar belakang budaya yang berbeda. Dengan demikian, ilmu komunikasi bukan hanya memberikan kerangka kerja teoretis, tetapi juga berperan

secara praktikal untuk meningkatkan kualitas interaksi manusia dalam berbagai konteks kehidupan.

Interdisiplinaritas Ilmu Komunikasi

Interdisiplinaritas dalam ilmu komunikasi merujuk pada sifat disiplin ilmu ini yang melibatkan kolaborasi dan integrasi konsep, metode, dan teori dari berbagai bidang ilmu lainnya. Ilmu Komunikasi secara alami bersifat lintas-bidang atau multidisipliner karena melibatkan pemahaman tentang bagaimana komunikasi memainkan peran kunci dalam berbagai aspek kehidupan manusia.

Berikut adalah beberapa ciri interdisiplinaritas dalam ilmu komunikasi:

- 1. Pemahaman Holistik.** Pendekatan interdisipliner memungkinkan ilmu komunikasi untuk menyelidiki fenomena komunikasi secara holistik, melibatkan pemahaman terhadap dampaknya pada individu, kelompok, organisasi, dan masyarakat secara keseluruhan.
- 2. Teori-teori Yang Merupakan Gabungan Dari Berbagai Disiplin Ilmu.** Ilmu komunikasi menggabungkan teori dari berbagai disiplin, termasuk sosiologi, psikologi, antropologi, ilmu politik, dan lainnya. Adopsi ini membantu pemahaman yang lebih baik tentang kompleksitas fenomena komunikasi dalam konteks sosial.
- 3. Keterlibatan Dengan Berbagai Bidang Praktis:** Ilmu komunikasi secara luas terlibat dalam aplikasi praktis di berbagai bidang seperti media, pemasaran, politik, bisnis, dan hubungan masyarakat. Ini melibatkan penerapan konsep komunikasi untuk memahami dan meningkatkan interaksi manusia dalam berbagai konteks, beserta dampaknya.

4. Kolaborasi Antar Disiplin Ilmu. Ilmu komunikasi mendorong kolaborasi antara ahli dari berbagai disiplin. Ini memungkinkan pertukaran ide dan pengetahuan, membantu memecahkan masalah kompleks, dan membawa sudut pandang yang beragam.

Dengan sifat interdisipliner ini, ilmu komunikasi dapat memberikan kontribusi yang berharga terhadap pemahaman kita tentang komunikasi manusia dan dampaknya dalam masyarakat. Hal ini memungkinkan ilmu komunikasi untuk tetap relevan dan adaptif terhadap perubahan dinamika sosial dan teknologi.

Kontribusi Ilmu Komunikasi Terhadap Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya

Ilmu Komunikasi memberikan kontribusi yang signifikan terhadap berbagai ilmu sosial lainnya. Ini dikarenakan Ilmu Komunikasi memberikan pemahaman mendalam tentang dinamika komunikasi manusia. Kontribusinya mencakup sejumlah aspek yang memperkaya dan melengkapi pemahaman kita terhadap masyarakat dan interaksi sosial di dalamnya. Misalnya, dalam kaitannya dengan Sosiologi, ilmu komunikasi membantu memahami bagaimana norma sosial berkembang melalui cara masyarakat berinteraksi dan bagaimana komunikasi memainkan peran kunci dalam pembentukan struktur sosial.

Dalam konteks Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi memberikan wawasan tentang bagaimana pesan politik disampaikan dan diterima, serta bagaimana komunikasi politik mempengaruhi partisipasi politik dan pembentukan opini publik. Kontribusi ini menjadi semakin penting dalam era demokrasi modern dimana pertukaran informasi memainkan peran krusial dalam proses pengambilan keputusan politik.

Ilmu Komunikasi juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Ilmu Ekonomi melalui pemahaman tentang bagaimana komunikasi memengaruhi keputusan konsumen, pemasaran, dan

strategi bisnis. Dengan pemahaman yang baik tentang bagaimana pesan dipahami oleh audiens, organisasi bisnis (perusahaan) dapat merancang strategi komunikasi bisnis yang lebih efektif dalam pasar global yang terus berkembang.

Dalam bidang Psikologi Sosial, Ilmu Komunikasi membuka pintu untuk memahami bagaimana individu merespons dan berinteraksi dalam konteks sosial. Ini mencakup studi tentang persepsi diri, pengaruh lingkungan sosial, serta dinamika komunikasi antarpribadi yang membentuk hubungan manusia. Dalam konteks masa yang lebih panjang, misalnya dalam bidang Antropologi, ilmu komunikasi membantu memahami peran komunikasi dalam membentuk budaya dan bagaimana budaya dapat memengaruhi cara komunikasi diartikan dan dampak yang terjadi.

Dengan demikian, Ilmu Komunikasi tidak hanya berdiri sendiri, tetapi juga berkolaborasi, mengintegrasikan, dan memperkaya pemahaman ilmu-ilmu sosial lainnya, memberikan sudut pandang yang holistik terhadap kompleksitas dalam kehidupan manusia yang dinamis.

Peran Ilmu Komunikasi sebagai Instrumen Perubahan Sosial

Ilmu Komunikasi memiliki peran yang signifikan sebagai instrumen perubahan sosial dengan memainkan perannya dalam membentuk opini, memobilisasi masyarakat, dan memfasilitasi perubahan norma sosial. Beberapa aspek kunci peran ilmu komunikasi sebagai instrumen perubahan sosial meliputi:

1. **Pengaruh Media Massa.** Ilmu Komunikasi mempelajari dampak media massa terhadap masyarakat. Media massa memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik, memengaruhi sikap, dan merubah norma sosial. Melalui penyiaran berita, program televisi, dan platform media sosial, ilmu komunikasi membantu memahami bagaimana pesan-pesan ini membentuk pandangan masyarakat dan memotivasi tindakan kolektif.

2. **Komunikasi Kampanye.** Ilmu Komunikasi terlibat dalam perencanaan dan implementasi komunikasi kampanye yang bertujuan untuk membawa perubahan sosial. Kampanye ini bisa berfokus pada isu-isu seperti kesehatan masyarakat, hak asasi manusia, lingkungan, atau ketidaksetaraan. Melalui strategi komunikasi yang tepat, ilmu komunikasi dapat memotivasi individu dan kelompok untuk berpartisipasi dalam upaya perubahan sosial.
3. **Pendidikan dan Kesadaran Masyarakat.** Ilmu Komunikasi memainkan peran dalam menyebarkan pengetahuan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu penting. Pendidikan komunikasi dapat membantu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang dampak tindakan mereka, memberikan informasi yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan yang baik, serta merangsang perubahan perilaku yang positif. Ilmu Komunikasi juga dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan keterampilan komunikasi masyarakat. Melalui pelatihan dan pendidikan, masyarakat dapat diberdayakan untuk berkomunikasi dengan lebih efektif, membangun hubungan yang lebih kuat, dan terlibat dalam dialog yang konstruktif untuk mencapai perubahan yang diinginkan.
4. **Komunikasi Antarpribadi dan Organisasi.** Melalui studi komunikasi antarpribadi dan organisasi, ilmu komunikasi membantu membentuk interaksi sosial di tingkat personal dan organisasional. Komunikasi yang dijalankan dengan efektif di antara individu dan dalam konteks organisasi dapat menciptakan lingkungan yang mendukung perubahan positif.

Dengan menyatukan berbagai elemen di atas, ilmu komunikasi berfungsi sebagai alat untuk memahami, memfasilitasi, dan mendukung perubahan sosial. Ini menunjukkan bahwa ilmu komunikasi memainkan peran penting dalam membentuk

masyarakat yang lebih sadar, responsif, dan berpartisipasi dalam proses perubahan.

D. TEORI-TEORI ILMU KOMUNIKASI YANG TERKAIT DENGAN ILMU SOSIAL

Ilmu Komunikasi melibatkan sejumlah teori yang membantu memahami dan menjelaskan fenomena komunikasi dalam berbagai konteks sosial. Berikut adalah beberapa teori ilmu komunikasi yang terkait erat dengan ilmu sosial:

1. Teori Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication Theory*)

Teori ini fokus pada studi interaksi komunikasi antara individu. Misalnya, teori pola dalam komunikasi antarpribadi membahas bagaimana pola komunikasi dapat memengaruhi dinamika hubungan sosial. Teori ini membantu memahami proses pembentukan hubungan sosial dan komunikasi dalam konteks personal.

2. Teori Pertukaran Simbolik (*Symbolic Interactionism*)

Teori ini fokus pada makna simbolik yang diberikan kepada objek dan tindakan dalam interaksi sosial. George Herbert Mead menyatakan bahwa pertukaran simbolik merupakan interaksi sosial yang terjadi karena penggunaan simbol-simbol yang memiliki makna. Simbol-simbol tersebut dapat menciptakan makna yang dapat memicu adanya interaksi sosial antara individu satu dengan individu lainnya (Ahmadi, 2008) Dalam konteks ilmu komunikasi, teori pertukaran simbolik membahas bagaimana komunikasi verbal dan non-verbal membentuk konsep diri, identitas sosial, dan konstruksi makna dalam interaksi antarpribadi.

3. Teori Sistem Sosial (*Social Systems Theory*)

Teori ini meneliti komunikasi sebagai bagian dari sistem sosial yang lebih besar. Menurut Talcott Parsons, sistem

sosial adalah interaksi antara dua orang atau lebih individu di dalam suatu lingkungan tertentu. Tetapi interaksi itu tidak terbatas antara individu-individu melainkan juga terdapat antara kelompok-kelompok, institusi-institusi, masyarakat-masyarakat, dan organisasi-organisasi internasional (Raho, 2007). Teori sistem sosial menyoroiti hubungan antara komunikasi dan struktur sosial, dimana komunikasi adalah cara utama individu dan kelompok berpartisipasi dalam sistem sosial. Karenanya, perubahan dalam komunikasi dapat memengaruhi struktur sosial secara keseluruhan.

4. Teori Pengaruh Media (*Media Effects Theory*)

Teori ini memeriksa dampak media massa terhadap individu dan masyarakat. Beberapa cabang teori ini mencakup teori *agenda setting*, teori kultivasi, dan teori pemrosesan informasi media. Dalam ilmu sosial, teori pengaruh media membantu memahami bagaimana pesan media membentuk persepsi dan pandangan masyarakat terhadap berbagai isu.

5. Teori *Gatekeeping*

Teori *Gatekeeping* adalah suatu konsep dalam ilmu komunikasi yang merujuk pada peran individu atau kelompok yang mengendalikan atau mengontrol aliran informasi atau pesan yang mencapai publik (Shoemaker, 2009) Konsep ini mencerminkan proses seleksi dan pengaturan informasi sebelum mencapai audiens atau masyarakat lebih luas. Pemahaman tentang teori *gatekeeping* membantu menjelaskan bagaimana beberapa orang atau organisasi berfungsi sebagai penjaga pintu atau "*gatekeeper*" yang mempengaruhi dan membentuk arus informasi yang disampaikan kepada khalayak. Pada dasarnya, *gatekeeping* terjadi dalam berbagai konteks, termasuk media massa, organisasi, dan bahkan interaksi sosial sehari-hari.

Teori-teori ini bersifat interdisipliner, dan sifatnya yang inklusif membantu menjelaskan dan menganalisis komunikasi dalam konteks sosial yang lebih luas.

E. RANGKUMAN

Ilmu komunikasi adalah disiplin ilmu yang mendalami berbagai aspek komunikasi manusia, baik secara verbal maupun non-verbal, yang diimplementasikan dalam berbagai konteks sosial. Ilmu komunikasi dapat didefinisikan sebagai suatu interaksi antara dua pihak berupa penyampaian atau pertukaran pesan baik melalui kata-kata, simbol, tindakan/perilaku, dalam upaya memberi dampak bagi penerimanya. Ilmu Komunikasi berkembang menjadi sebuah disiplin ilmu sebagai tanggapan terhadap perubahan-perubahan sosial, serta perkembangan teknologi dan budaya dalam kehidupan manusia. Pada perjalanannya, ilmu komunikasi telah melalui tahapan pengembangan studi komunikasi massa, kesejahteraan sosial, komunikasi antarpribadi dan teori sistem, studi budaya dan kritis, hingga revolusi digital dan komunikasi global. Ilmu komunikasi juga menempati posisi penting sebagai ilmu sosial dan memiliki relevansi kuat di era modern ini dimana pertukaran informasi menjadi aspek penting dalam kehidupan sehari-hari. Ilmu komunikasi juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap berbagai ilmu sosial lainnya, karena ilmu komunikasi memberikan pemahaman mendalam tentang dinamika komunikasi manusia. Ilmu komunikasi berkolaborasi, mengintegrasikan, dan memperkaya pemahaman ilmu-ilmu sosial lainnya, serta memberikan sudut pandang yang holistik terhadap kompleksitas dalam kehidupan manusia yang dinamis.

F. TES FORMATIF

Pilihlah jawaban yang menurutmu paling tepat!

1. Apa yang dimaksud dengan sifat interdisiplinaritas dari ilmu komunikasi?
 - a) Ilmu komunikasi mengutamakan disiplin
 - b) Melibatkan kolaborasi dan integrasi konsep, metode, dan teori dari berbagai bidang ilmu lainnya
 - c) Membuat masyarakat mudah melakukan tindakan indisipliner
 - d) Memadukan cara berkomunikasi dengan disiplin
 - e) Semua jawaban salah

2. Aspek kunci peran ilmu komunikasi sebagai insrrumen perubahan sosial, antara lain:
 - a) Pengaruh Media Massa
 - b) Komunikasi Kampanye
 - c) Pendidikan dan Kesadaran Masyarakat.
 - d) Komunikasi Antarpribadi dan Organisasi
 - e) Semua jawaban benar

G. LATIHAN

Diskusikanlah dengan teman-temanmu dalam kelompok kecil (2-3 orang) tentang implementasi (praktis) peran dan kontribusi ilmu komunikasi dalam dinamika sosial masyarakat.

KEGIATAN BELAJAR 2

KARAKTERISTIK KOMUNIKASI ANTAR MANUSIA

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

Pada bab ini mahasiswa mempelajari pengenalan dan konsep dasar komunikasi. Diharapkan mahasiswa memiliki wawasan dan pemahaman sebagai modal dasar dalam melakukan komunikasi.

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan:

1. Mampu memahami konsep komunikasi secara umum
2. Mampu menjelaskan fungsi dan manfaat komunikasi
3. Mampu mengimplementasikan teori komunikasi dalam memberikan asuhan.

PETA KONSEP PEMBELAJARAN



A. KONSEP DAN TEORI KOMUNIKASI INTERPERSONAL

Manusia adalah makhluk sempurna ciptaan Tuhan dibanding makhluk ciptaan yang lain. Sejatinya, kodrat manusia adalah sebagai makhluk monodualis. Disamping sebagai makhluk individu (pribadi), manusia juga berperan sebagai makhluk sosial. Kemudian, sebagai individu, manusia diberikan kemampuan berupa akal, pikiran dan perasaan. Sehingga memiliki tanggung jawab akan dirinya yang berguna untuk mengembangkan kemampuannya, dan juga memenuhi berbagai kebutuhan hidup.

Sebagai makhluk sosial atau makhluk bermasyarakat, manusia sudah memiliki dorongan akan kebutuhan berinteraksi. Dengan bantuan orang lain, manusia mulai belajar dan beradaptasi di lingkungannya. Mulai dari merangkak, belajar berdiri, berjalan, menggunakan alat gerak, hingga bisa berkomunikasi dengan orang lain. Bahkan, bisa mengembangkan potensi dalam diri serta hal lain yang membutuhkan interaksi dengan orang lain.

Dalam interaksinya dengan masyarakat, manusia akan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi. Komunikasi yang berlangsung antara individu dengan individu dianggap sebagai komunikasi secara tatap muka (*face to face*). Lalu, dalam ilmu komunikasi dikenal dengan istilah komunikasi antar pribadi.

Komunikasi antar pribadi dinilai sangat efektif untuk merubah perilaku orang lain, bila terdapat persamaan mengenai makna yang dibincangkan. Tanda khusus yang ada di komunikasi antar pribadi ini terletak pada arus balik langsung. Arus balik tersebut memiliki daya tangkap yang mudah untuk komunikator baik secara verbal dalam bentuk kata maupun non verbal dalam bentuk bahasa tubuh seperti anggukan, senyuman, mengernyitkan dahi dan lain sebagainya.

Selama proses komunikasi antar pribadi berlangsung sangat penting terjadinya interaksi berbagi informasi dan perasaan antara individu dengan individu atau individu dengan antar individu supaya terjadi umpan balik dan tidak menimbulkan kesalah pahaman dalam berkomunikasi.

Pengertian Menurut Para Ahli

Menurut Joseph A. Devito dalam buku *The Interpersonal Communication Book (Devito, 1989:4)*, komunikasi antar pribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua individu atau antar individu dalam kelompok dengan beberapa efek dan umpan balik seketika. Sedangkan menurut Evert M Rogers dalam Depari, komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi dari mulut ke mulut, dengan interaksi tatap muka antara beberapa orang pribadi.

Dean Barnulus (Liliweri, 1991:12) yang mengemukakan bahwa komunikasi antar pribadi, dihubungkan dengan pertemuan antara dua individu, tiga individu ataupun lebih yang terjadi secara spontan dan tidak berstruktur. Begitu pula *Onong U. Effendy (Effendy, 1993:61)*, mengutarakan komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara dua orang dimana kontak langsung terjadi dalam bentuk percakapan, bisa langsung berhadapan muka (*face to face*) atau bisa melalui media seperti telepon. Ciri khas komunikasi antar pribadi yakni dua arah atau timbal balik. Berdasarkan pendapat para teoritikus, bisa dikemukakan bahwa komunikasi antar pribadi adalah dimana orang – orang yang terlibat dalam komunikasi menganggap orang lain sebagai pribadi bukan sebagai objek.

a. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Komunikasi antarpribadi atau yang lebih dikenal dengan komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang penyampaian pesannya dilakukan secara tatap muka oleh satu orang dan pesan tersebut diterima oleh orang lain baik lebih atau sekelompok kecil orang, dengan tujuan agar

penerima pesan yang disampaikan dan memberikan umpan balik segera. Menurut Hardjana, komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antara dua atau beberapa orang, dimana pengirim pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula.

Begitu Mulyana, menyatakan komunikasi interpersonal adalah komunikasi orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal dan non verbal. Menurut Devito yang dikutip Effendy, bahwa komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera. Sedangkan menurut Muhammad, komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi di antara seseorang dengan paling kurang seseorang lainnya atau biasanya di antara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya (komunikasi langsung).

Menurut Roudhinah, komunikasi antar pribadi adalah komunikasi yang sedang berlangsung antara dua orang, di mana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan. Komunikasi yang terjadi antara dua orang ini bisa berupa bentuk komunikasi langsung secara bertatap muka atau *face to face* atau juga dapat melalui sarana komunikasi yaitu melalui telepon, email, dan lain-lain. Selanjutnya komunikasi interpersonal lebih menunjukkan bagaimana gaya komunikasi interpersonal dilakukan sebagaimana dikatakan Kreitner dan Kinicki, yaitu :

- a. *Assertiveness*, komunikasi yang dilakukan secara tegas, akan tetapi tidak memaksa. Dalam kata lain orang lain bisa turut serta mempengaruhi hasil dari komunikasi

- b. *Aggressiveness*, komunikasi yang dilakukan secara cepat dan menyerang, hal ini ditujukan untuk mengambil keuntungan dari orang lain.
- c. *Nonassertiveness*, komunikasi yang tidak tegas yang ditujukan untuk memberikan kesempatan orang lain untuk mengambil keuntungan dari kita. Sedangkan menurut Effendy, komunikasi persona ialah komunikasi antara dua orang dan dapat berlangsung dengan dua cara yaitu komunikasi tatap muka dan komunikasi bermedia. Karena komunikasi antarpersona situasinya tatap muka, oleh para ahli komunikasi dianggap sebagai jenis komunikasi efektif untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku (*attitude, opinion, and behavior change*) seseorang.

B. TEORI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI

Adapun teori – teori yang termasuk dalam teori komunikasi antar pribadi, yaitu :

1. Aprehensi Komunikasi

Aprehensi komunikasi adalah salah satu kondisi kognitif. Kondisi dimana seseorang mengetahui dengan sadar bahwa dirinya memiliki rasa khawatir dan ketakutan selama terjadinya komunikasi. Sehingga menjadikan ia orang yang mati rasa karena tidak memiliki pikiran dan perasan apapun. Bahkan hingga tidak memahami sebab akibat social.

Pendapat lain mengatakan, aprehensi komunikasi dapat terjadi apabila individu menganggap bahwa pengalaman komunikasi miliknya sebagai suatu hal yang tidak menyenangkan. Sehingga ia merasa takut untuk berkomunikasi kembali. Penyebab aprehensi komunikasi dikemlompokkan dalam 3 kategori :

- a. Aktifitas yang berlebihan. Secara psikologis menunjukkan sikap kita sudah terlalu aktif bahkan sebelum kegiatan dilakukan
- b. Proses kognitif tidak tepat. Ditunjukkan dengan rasa tidak nyaman dalam menghadapi komunikasi
- c. Keterampilan dalam komunikasi tidak memadai. Ini menunjukkan jika kita tidak tahu cara berkomunikasi secara efektif.

Kemudian ada beberapa teori lain terkait dengan komunikasi antar pribadi, antara lain :

2. Self-Disclosure

Self disclosure adalah bagian dari kajian komunikasi perspektif internasional. Fokus utama dalam tindak komunikasi adalah aspek interaksi yang melibatkan indikator sebagai individu sosial. Ini digunakan juga untuk mengembangkan potensi kemanusiaan melalui interaksi sosial (Fister, 1986:243).

Kemudian, pada self-disclosure, komunikasi yang terjadi ketika individu berani membuka diri dan menyatakan informasi tentang dirinya. Informasi yang diungkapkan adalah informasi mendalam (rahasia).

3. Penilaian Sosial

Orang biasa melakukan dua hal dalam menerima pesan, yakni mengkontraskan dan mengasimilasikan. Kontras adalah distorsi perseptual yang mengantarkan pada polarisasi ide. Sebagai contoh, mengontraskan pandangan kopi itu bermanfaat bagi kesehatan juga kopi itu merugikan kesehatan.

Sedangkan, asimilasi menunjukan kekeliruan dalam melakukan penilaian yang bertentangan. Selain itu terdapat

tiga hal dalam teori penilaian sosial yang berpengaruh pada komunikasi antar pribadi, antara lain :

- Pembicaraan yang memiliki kredibilitas tinggi. Hal ini mampu melancarkan penyampaian pesan secara jelas tanpa menimbulkan kesalah pahaman pada lawan bicara.
- Ambiguitas seringkali dinilai lebih baik dibanding dengan kejelasan. Contohnya saat pesan yang akan disampaikan di dalam dunia periklanan.
- Adanya Individu yang bersifat dogmatis dalam menghadapi permasalahan.

4. Penetrasi Sosial

Teori yang menyatakan kedekatan antar pribadi itu berlangsung secara bertahap (*gradual*). Kemudian dilakukan berurutan dimulai dari tahap biasa hingga tahap intim. Ini merupakan fungsi dari dampak saat ini dan masa depan

Karakteristik Komunikasi Interpersonal Menurut Arni Muhammad, komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang bersifat transaksi. Selanjutnya ada enam aksioma yang bersifat transaksi dari komunikasi interpersonal. Aksioma ini menjadi prinsip umum dari komunikasi interpersonal, diantaranya :

- a. Komunikasi tidak dapat dielakkan
- b. Komunikasi tidak dapat dibalikkan
- c. Komunikasi mempunyai isi dan dimensi hubungan
- d. Komunikasi meliputi proses penyesuaian
- e. Hubungan ditentukan oleh pemberi tanda
- f. Interaksi mungkin dipandang sebagai suatu yang simetris.

Komunikasi interpersonal merupakan sesuatu yang tidak dapat dielakkan, karena secara sadar dan tidak sadar kita secara alamiah akan berkomunikasi verbal dan non verbal.

Lebih lanjut komunikasi interpersonal merupakan proses yang tidak dapat dibalikkan, sesuatu yang sudah diucapkan sudah menjadi sebuah ucapan dan tidak dapat ditarik kembali. Karakteristik komunikasi antar pribadi, antara lain:

- a. Sifatnya yang dua arah/ timbal balik (*two way traffic communication*)
- b. Feed back nya langsung tidak tertunda
- c. Komunikator dan komunikan dapat bergantian fungsi
- d. Bisa dilakukan secara spontanitas
- e. Tidak berstruktur
- f. Komunikasi ini lebih banyak terjadi antar dua orang.

Menurut Judy C. Person yang dikutip Roudhonah, menyebutkan enam karakteristik komunikasi antarpribadi, yaitu :

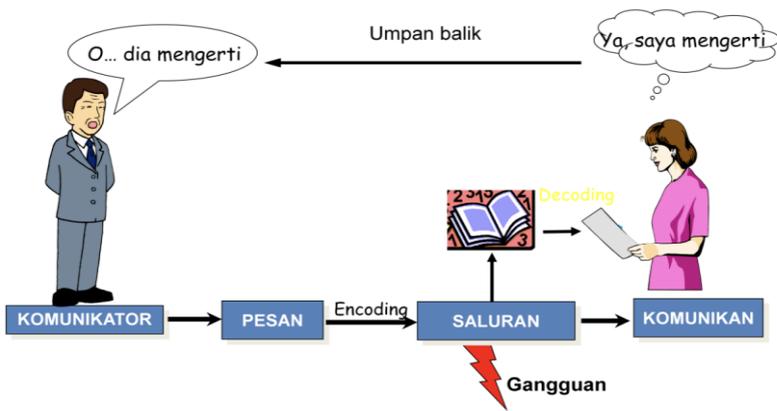
- a. Komunikasi antar pribadi dimulai dengan diri pribadi (*self*)
- b. Komunikasi antar pribadi bersifat transaksional
- c. Komunikasi antar pribadi mencakup aspek-aspek isi pesan dan hubungan pribadi
- d. Komunikasi antar pribadi mensyaratkan adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi
- e. Komunikasi antar pribadi melibatkan pihak-pihak yang saling tergantung satu dengan lainnya (*independent*) dalam proses komunikasi
- f. Komunikasi antar pribadi tidak dapat diubah maupun diulang.

Sedangkan menurut Agus M. Hardjana, komunikasi interpersonal merupakan kegiatan yang dinamis. Dengan tetap memperhatikan kedinamisannya, komunikasi interpersonal mempunyai ciri-ciri yang tetap sebagai berikut:

- a. Komunikasi interpersonal adalah verbal dan non verbal
- b. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang berproses pengembangan

- c. Komunikasi mengandung umpan balik, interaksi, dan koherensi
- d. Komunikasi interpersonal berjalan menurut peraturan tertentu.
- e. Komunikasi interpersonal adalah kegiatan aktif
- f. Komunikasi interpersonal saling mengubah.

PROSES KOMUNIKASI



Menurut Hardjana (2003), Proses komunikasi dapat efektif apabila pesan diterima dan dimengerti sebagaimana dimaksud oleh pengirim pesan, pesan ditindaklanjuti dengan sebuah perbuatan oleh penerima pesan dan tidak ada hambatan untuk hal itu.

Unsur Komunikasi :

1. Sumber/Komunikator
2. Isi Pesan
3. Media/Saluran
4. Penerima/Komunikant

C. CIRI-CIRI KOMUNIKASI INTERPERSONAL

Joseph A. De Vito yang dikutip Effendy menyatakan bahwa ciri-ciri komunikasi interpersonal antara lain: keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan.

Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang lain yang diajak berinteraksi. Kedua, mengacu pada kesediaan komunikator untuk berinteraksi secara jujur terhadap stimulus yang datang (lawan bicara). Ketiga, adanya rasa tanggung jawab terhadap perkembangan pemikiran dan perasaan dari pihak-pihak yang terlibat.

Empati adalah kemampuan komunikasi seseorang untuk mencoba merasakan apa yang sedang dirasakan orang lain dari sudut pandangannya tanpa mengevaluasi, menilai, menafsirkan dan mengkritik. Pengertian yang empatik ini akan membuat seseorang lebih mampu menyesuaikan komunikasinya. Orang yang empatik mampu memberi motivasi dari pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang.

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung. Komunikasi yang terbuka dan empati tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Kita memperlihatkan sikap mendukung dengan besikap deskriptif bukan evaluatif, spontan bukan strategik, provisional bukan sangat yakin. Dukungan ada kalanya verbal dan non-verbal.

Sikap positif dalam komunikasi interpersonal sedikitnya ada dua cara :

1. Menyatakan sikap positif, seperti pertama komunikasi interpersonal terbina jika orang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri.

2. Dorongan, perilaku mendorong menghargai keberadaan dan pentingnya orang lain, perilaku ini bertentangan dengan ketidakacuhan.

Kesetaraan, suatu komunikasi interpersonal akan menjadi lebih efektif apabila suasananya setara, artinya harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga. Masing-masing pihak memiliki sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Kesetaraan tidak mengharuskan kita menerima dan menyetujui begitu saja semua perilaku verbal dan non-verbal pihak lain.

D. KEBUTUHAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM ORGANISASI

Kualitas komunikasi interpersonal dalam organisasi adalah sangat penting. Orang dengan keterampilan komunikasi yang baik membantu kelompok membuat lebih banyak keputusan inovatif dan dipromosikan lebih sering daripada individu dengan kemampuan kurang berkembang. Mengenai hubungan organisasi dengan komunikasi, William V. Hanney dalam bukunya *communication and organizational behavior* yang dikutip Eeffendy, menyatakan *organization consists of a number of people, it involves interdependence, interdependence alls for coordination and coordination requires communication*. Organisasi terdiri atas sejumlah orang, ia melibatkan kegiatan yang saling bergantung, kebergantungan memerlukan koordinasi, koordinasi mensyaratkan komunikasi.

Organisasi ditinjau dari segi dinamikanya dapat diartikan sebagai proses kerjasama yang serasi, sistematis diantara orang-orang di dalam suatu ikatan formal dan hirarkis serta bertindak sesuai ketentuan yang ditetapkan secara efisien dan efektif. Menurut William C. Schutz yang dikutip Oleh Arni Muhammad, bahwa setiap individu mempunyai kebutuhan interpersonal atau

kebutuhan sosial yang dipenuhinya melalui komunikasi interpersonal, selanjutnya ada tiga macam kebutuhan dasar, yaitu:

a. Kasih sayang

Kebutuhan akan kasih sayang adalah kebutuhan untuk mempertimbangkan apakah diri kita disukai atau disayangi oleh orang lain. Misalnya dalam organisasi atau dalam pekerjaan kelihatan bahwa seseorang disukai oleh setiap orang.

b. Diikutsertakan

Kebutuhan merasa berarti dan diperhitungkan adalah merupakan kebutuhan interpersonal diikutsertakan. Menurut Schutz orang-orang yang tidak berhasil memenuhi kebutuhan ini dinamakan kurang sosial. Lawan dari kurang sosial adalah individu yang terlampaui sosial yang tidak dapat di stop dari keterlibatan berkomunikasi dengan orang lain.

Individu yang telah memuaskan kebetuhan mereka dalam penghargaan ini dinamakan orang yang sosial. Orang ini sanggup menangani situasi dengan atau tanpa orang lain.

c. Kontrol

Kontrol adalah kebutuhan yang timbul karena rasa tanggung jawab dan kepemimpinan. Hampir semua kita mempunyai beberapa kebutuhan mengontrol orang lain dan cara menyatakannya berbeda-beda. Ada tiga tipe yang berbeda. Beberapa orang yang kepribadiannya yang sangat patuh pada orang lain dan karena itu dinamakan abdikrat. Mereka ini tidak percaya diri atau sedikit percaya pada diri mereka dan sering menganggap diri mereka tidak sanggup mengerjakan sesuatu, selanjutnya orang yang tidak pernah merasa cukup kontrol dinamakan autokrat. Individu-individu ini selalu mencoba mendominasi orang lain. Mereka mempunyai kebutuhan yang kuat akan kekuasaan bila sebelumnya mereka tidak diberikan posisi yang mengontrol

atau kekuasaan dalam organisasi. Sedangkan demokrat adalah individu yang kebutuhan kontrolnya terpuaskan. Orang-orang ini merasa senang apakah mereka mempunyai posisi kepemimpinan atau kurang dari itu.

E. TUJUAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL

Komunikasi merupakan hal yang sangat mendasar dan sangat penting dalam kehidupan manusia, dalam setiap proses komunikasi manusia pasti memiliki tujuan dan pesan yang ingin disampaikan. Tujuan dapat berbeda-beda antara satu orang dengan orang lain, tentunya tujuan ini dapat tersampaikan apabila proses komunikasi interpersonal antara dua orang atau lebih berjalan lancar sehingga umpan balik yang diterima akan baik juga.

Menurut Arni Muhammad, tujuan komunikasi interpersonal tidak perlu disadari pada saat terjadi pertemuan dan juga tidak perlu dinyatakan. Tujuan itu sendiri boleh disadari dan boleh tidak disadari, boleh disengaja atau tidak disengaja. Diantara tujuan-tujuan itu adalah :

1. Menemukan diri sendiri

Salah satu tujuan komunikasi interpersonal ialah menemukan personal atau pribadi. Bila kita terlibat dalam pertemuan interpersonal dengan orang lain maka kita belajar banyak sekali tentang diri kita maupun orang lain. Komunikasi interpersonal juga memberikan kesempatan kepada kita untuk berbicara tentang apa yang kita sukai, atau mengenai diri kita. Dengan membicarakan diri kita dengan orang lain, kita memberikan sumber balikan yang sangat luar biasa pada pikiran, perasaan, serta tingkah laku kita.

2. Menemukan dunia luar

Hanya komunikasi interpersonal yang dapat menjadikan kita memahami tentang lebih banyak tentang diri kita serta orang lain yang berkomunikasi dengan kita. Meskipun banyak jumlah informasi yang datang kepada kita dari media massa hal itu seringkali di diskusikan dan akhirnya dialami melalui interaksi interpersonal. Kenyataan, kepercayaan, sikap dan nilai-nilai kita barang kali dipengaruhi lebih banyak oleh pertemuan interpersonal daripada oleh media atau pendidikan formal.

3. Membentuk dan menjaga hubungan yang penuh arti

Salah satu keinginan orang yang paling besar merupakan bentuk serta memelihara hubungan dengan orang lain. Banyak dari waktu kita digunakan dalam komunikasi interpersonal diabdikan untuk membentuk dan menjaga hubungan sosial dengan orang lain.

4. Berubah sikap dan tingkah laku

Banyak waktu kita dapat dipergunakan untuk mengubah sikap serta tingkah laku orang lain dengan pertemuan interpersonal. Selain itu, kita juga banyak menggunakan waktu untuk terlibat dalam posisi interpersonal. Ada sebuah studi mengenai keefektifan media massa, bertentangan dengan situasi interpersonal dalam mengubah tingkah laku tertentu. Lita lebih sering membujuk melalui komunikasi interpersonal daripada komunikasi media massa.

5. Untuk bermain dan kesenangan

Bermain mencakup semua aktifitas yang mempunyai tujuan utama adalah dalam mencari kesenangan. Berbicara dengan teman mengenai aktifitas kita pada waktu akhir pekan, menceritakan cerita hal yang lucu. Walaupun kelihatannya kegiatan itu tidak berarti, tetapi mempunyai tujuan yang sangat penting. Dengan melakukan komunikasi interpersonal semacam itu dapat memberikan

keseimbangan yang penting dalam pikiran yang memerlukan ketenangan dari semua keseriusan di lingkungan kita.

6. Untuk membantu

Keberhasilan memberikan bantuan tergantung kepada pengetahuan dan keterampilan komunikasi interpersonal. Kita juga telah melihat tujuantujuan komunikasi interpersonal ini dari dua perspektif yang lain. Yang pertama tujuan ini boleh dilihat sebagai faktor yang memotivasi atau alasan mengapa kita terlibat dalam komunikasi interpersonal. Kedua, tujuan ini boleh dipandang sebagai hasil atau efek umum dari komunikasi interpersonal yang berasal dari pertemuan interpersonal.

Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa tujuan komunikasi interpersonal adalah untuk mendapatkan pengetahuan tentang diri, membentuk hubungan yang lebih berarti dan memperoleh tambahan pengetahuan dunia luar. Beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan tujuan-tujuan komunikasi interpersonal atau antar pribadi bahwa komunikasi interpersonal bertujuan untuk lebih memahami sifat, karakter, dan perilaku manusia sebagai pihak yang berkomunikasi, yang pada muaranya akan dapat memberikan dampak kesenangan, memelihara hubungan, motivasi, memahami lingkungan dan bahkan merubah perilaku seseorang.

F. FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL

Menurut Jalaludin terdapat tiga faktor yang menghubungkan hubungan interpersonal dalam komunikasi interpersonal, diantaranya: pertama, percaya (*trust*), seseorang yang percaya akan meningkatkan komunikasi interpersonal karena membuka saluran komunikasi, memperjelas pengiriman dan penerimaan

informasi serta memperluas komunikasi untuk mencapai maksudnya. Kedua sikap suportif adalah sikap yang mengurangi sikap defensive. Sikap defensive adalah bila seseorang tidak jujur, tidak menerima dan tidak empatik. Komunikasi defensive terjadi karena faktor personal dan situasional. Ketiga sikap terbuka sangat besar pengaruhnya untuk menumbuhkan komunikasi interpersonal yang efektif. Orang yang terbuka akan menilai pesan secara objektif, selalu berorientasi pada isi, bersifat profesional dan bersedia mengubah kepercayaannya. Mencari pengertian pesan yang tidak sesuai dengan kepercayaannya.

G. RANGKUMAN

Prinsip hubungan antar pribadi akan berlangsung lama apabila dalam interaksi antara kedua orang tersebut terjadi transaksi yang adil (*equity*), interaksi sosial yang berlangsung sama-sama memberi dan menerima dalam proporsi yang seimbang. Kunci sukses hubungan antar pribadi adalah berbicara tentang kesamaan kita dengan orang lain, membicarakan kesukaan/minat orang lain, membuat orang merasa penting, mengingat nama orang, tidak merasa rendah diri, berpenampilan bersih dan rapi, menggunakan bahasa verbal dan nonverbal yang menyenangkan, menyiapkan mental untuk menerima kritik.

H. TES FORMATIF

1. Berikut ini merupakan unsur-unsur komunikasi interpersonal adalah ...
 - a) Sumber/Komunikator
 - b) Isi Pesan
 - c) Media/Saluran
 - d) Penerima/Komunikan
 - e) Perangkat lunak

2. Salah satu tujuan melakukan komunikasi interpersonal antar manusia adalah ...
- a) Menemukan diri sendiri
 - b) Membentuk dan menjaga hubungan yang penuh arti
 - c) Berubah sikap dan tingkah laku
 - d) Untuk bermain dan kesenangan
 - e) Menemukan dunia luar

I. LATIHAN

Lakukan konseling terhadap pasien ibu hamil dengan menggunakan komunikasi yang baik!

KEGIATAN BELAJAR 3

PRINSIP-PRINSIP KOMUNIKASI

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

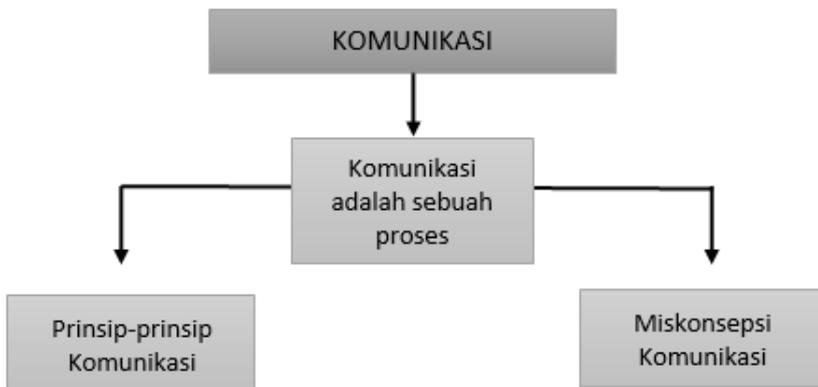
Pengantar Ilmu Komunikasi merupakan mata kuliah yang memberikan pemahaman dasar tentang berbagai konsep dan teori dalam bidang komunikasi. Salah satu fokus utamanya adalah karakteristik komunikasi antar manusia. Komunikasi antar manusia melibatkan serangkaian karakteristik yang mencakup berbagai aspek.

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan:

1. Mampu menguraikan dasar berfikir tentang komunikasi
2. Mampu memahami tentang prinsip komunikasi
3. Mampu memahami aplikasi dari prinsip-prinsip komunikasi dalam kehidupan sehari-hari.

PETA KONSEP IMUNISASI



A. KOMUNIKASI ADALAH SEBUAH PROSES

Komunikasi merupakan sebuah proses interaksi yang melibatkan pertukaran pesan antara individu atau kelompok manusia. Proses ini mencakup pengiriman pesan dari satu pihak, penerimaan pesan oleh pihak lain, dan memberikan respon terhadap pesan tersebut. Komunikasi tidak hanya terbatas pada kata-kata atau bahasa verbal, tetapi juga mencakup elemen-elemen non-verbal seperti ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan bahasa tubuh. Orang berkomunikasi untuk memenuhi kebutuhan memiliki, didengar dan dihargai.

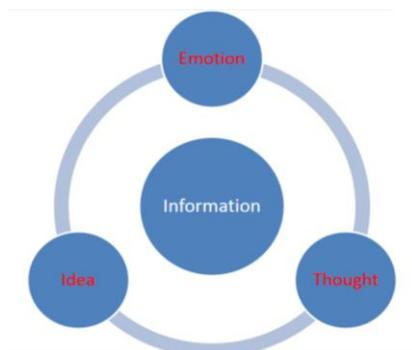


Gambar 3.1. Proses Komunikasi
Sumber Photos by macrovector at Freepik

Proses komunikasi melibatkan banyak faktor atau komponen. Faktor- faktor atau unsur yang dimaksud antara lain meliputi komunikator, komunikan, pesan (isi, bentuk, dan cara penyampaiannya), saluran atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, waktu, tempat, hasil atau akibat yang ditimbulkan dan situasi atau kondisi yang ada ketika komunikasi berlangsung (Haryanto, 2021). Bila membicarakan komunikasi sebagai sebuah proses maka berarti komunikasi bersifat berkesinambungan dan tidak memiliki batas akhir, bersifat dinamis, kompleks, dan senantiasa berubah (Yasir: 2020).

Wood (2017) mendefinisikan komunikasi sebagai proses sistemik di mana individu berinteraksi dengan dan melalui simbol-simbol untuk membentuk dan menginterpretasi makna. Komunikasi disebut proses karena merupakan sesuatu yang sedang terjadi dan selalu bergerak. Komunikasi merupakan suatu sistem bahwa dalam komunikasi terdapat beberapa aspek-aspek yang terkait. Simbol dalam komunikasi bisa menyangkut bahasa dan perilaku non-verbal lainnya, seperti seni dan musik. Makna merupakan inti dari komunikasi. Makna adalah arti yang kita berikan pada fenomena yang terjadi dalam proses komunikasi. Makna tidak begitu saja kita ambil dari apa yang kita alami, melainkan dibentuk dalam proses komunikasi. Makna merupakan interpretasi dari diri kita sendiri atas interaksi dengan simbol-simbol. Kita berbicara dengan orang lain untuk memperjelas apa yang dipikirkan, bagaimana cara menginterpretasi perilaku non-verbal orang lain (Wood, 2017).

Komunikasi adalah informasi yang disampaikan dari satu tempat lain dengan pemindahan informasi, ide, emosi, keterampilan dan lain-lain dengan menggunakan simbol seperti kata, figur dan grafik serta memberi, meyakinkan ucapan dan tulisan (Mufid, 2010).



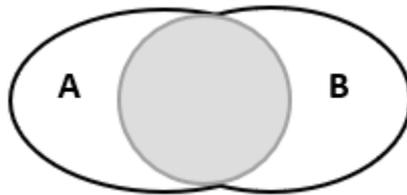
Gambar 3.2 Proses transformasi komunikasi

Proses transformasi komunikasi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam konteks pribadi maupun profesional. Kualitas komunikasi dapat memengaruhi pemahaman, kolaborasi,

dan hubungan antarindividu dan kelompok. Berlangsungnya komunikasi jika antara komunikator dan komunikan mengadakan kesamaan makna/arti, pada hakikatnya antara komunikan dan komunikator memberi arti yang sama terhadap simbol yang dikomunikasikan (Roudhonah, 2019). Oleh karena itu, kemampuan untuk berkomunikasi dengan efektif merupakan keterampilan yang sangat berharga dalam berbagai konteks.

B. PRINSIP-PRINSIP KOMUNIKASI

Prinsip adalah dasar atau asas berfikir (KBBI), dapat disimpulkan jika prinsip komunikasi merupakan dasar atau asas berfikir tentang komunikasi. Prinsip komunikasi merupakan kesamaan berkomunikasi yang diibaratkan dua buah lingkaran yang saling bertindih satu sama lain. Kerangka pengalaman (*field of experience*) adalah daerah yang bertindihan yang menunjukkan adanya kesamaan antara A dan B dalam hal tertentu dalam ranah bahasa ataupun simbolik.



Gambar 3.3. Prinsip Komunikasi dalam Model

Kesimpulan dari gambar simbolik prinsip komunikasi terdapat tiga prinsip dasar komunikasi, yaitu:

- a. *Sharing similar experiences*, komunikasi hanya bisa dilakukan apabila terjadi pertukaran pengalaman yang sama kedua belah pihak dalam proses komunikasi.
- b. *The field of experience*, komunikasi yang efektif kemungkinan terjadi apabila tumpang tindih pada gambar

- diatas menyebar menutupi sebagian lingkaran A atau B, yang menuju terbentuknya satu lingkaran.
- d. Terjadinya keterbatasan komunikasi bahkan memicu kegagalan yang menyebabkan proses komunikasi yang tidak efektif apabila daerah tumpang tindih semakin mengecil dan menjauhi sentuhan kedua lingkaran. maka komunikasi yang terjadi akan terbatas.
 - e. Dalam konteks komunikasi tidak ada manusia satupun yang mempunyai perilaku, sifat, dan karakter yang sama persis meskipun lahir dalam keadaan kembar. Maka kedua lingkaran tersebut tidak akan bisa saling menutupi satu sama lain secara penuh (Cangara, 2019).

Prinsip-prinsip komunikasi adalah pedoman atau aturan dasar yang membantu memahami dan meningkatkan efektivitas komunikasi antara individu atau kelompok. Menurut Joseph A. Devito (2016) komunikasi didefinisikan pada sebuah tindakan, oleh satu orang atau lebih pada aktivitas mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan, terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik.

Prinsip komunikasi menurut De Vito dalam *Essentials of Human Communication* (2016) menyatakan beberapa prinsip komunikasi, diantaranya;

- 1. Komunikasi mempunyai tujuan:** manusia mampu bertahan hidup karena kemampuannya untuk berkomunikasi. Diatas segalanya orang berkomunikasi mempunyai tujuan tertentu, hamper banyak tujuan komunikasi melalui komunikasi verbal atau melalui media berbasis teks untuk memberikan informasi seperti waktu pertemuan, atau pernyataan pada situasi tertentu. Komunikasi dapat juga digunakan untuk membangun empati, dapat juga digunakan untuk mempengaruhi audiens, seperti yang digunakan oleh politisi (Coombs et al,

2022). Aspek terpenting dalam mempengaruhi audiens mencakup verbal dan isyarat non-verbal seperti pakaian dan penampilan. Perilaku komunikasi yang melibatkan pesan verbal, isyarat tubuh, atau kombinasi dan keduanya, biasanya terjadi dalam “paket”. Biasanya perilaku verbal dan nonverbal saling memperkuat dan mendukung. Semua dari bagian sistem pesan, biasanya berkerja bersama-sama untuk mengkomunikasikan makna tertentu.

2. **Komunikasi adalah proses penyesuaian:** seringkali komunikasi dilakukan secara tatap muka seperti Ketika perkuliahan dengan mahasiswa di kelas, berinteraksi dengan keluarga atau teman saat makan malam. Tetapi komunikasi juga terjadi dengan perantara teknologi, seperti mengunggah status di media social, berkirim pesan text, atau melakukan panggilan suara maupun video. Teknologi informasi dan komunikasi telah tumbuh dalam beberapa decade dan terus berkembang. Revolusi informasi dan komunikasi membuat informasi dapat ditransfer dari media satu dengan yang lain dengan sangat cepat, membuat berkomunikasi menjadi lebih mudah. Perlu diingat bahwa pada saluran apapun, ketrampilan Bahasa, mendengarkan, berbicara, membaca dan menulis menjadi hal yang sangat penting dalam proses komunikasi (Craig dalam Asari dkk 2022). Komunikasi dapat terjadi bila komunikatornya menggunakan sistem isyarat yang sama. Prinsip ini menjadi sangat relevan bila kita menyadari bahwa tidak ada dua orang yang menggunakan sistem isyarat yang persis sama.
3. **Komunikasi bersifat ambigu:** ambiguitas dalam komunikasi dapat timbul karena penggunaan kata-kata yang ambigu, frase yang dapat ditafsirkan dengan berbagai cara, atau bahkan nonverbal yang dapat diartikan dengan berbagai cara oleh penerima pesan. Dalam konteks ini, penting untuk merinci pesan dengan lebih baik, menghindari

penggunaan istilah atau frasa yang dapat menimbulkan kebingungan, dan mungkin memastikan bahwa komunikasi dilakukan dengan jelas agar pesan yang ingin disampaikan dapat dipahami dengan benar oleh pihak yang menerima. Ambiguitas dalam komunikasi dapat menyebabkan kesalahpahaman atau kebingungan, sehingga meminimalkan faktor-faktor tersebut penting untuk memastikan efektivitas komunikasi.

4. Komunikasi melibatkan dimensi isi dan hubungan:

Konsep bahwa komunikasi melibatkan dimensi isi dan hubungan diperkenalkan oleh psikolog dan ahli komunikasi, Paul Watzlawick (De Vito, 2016), dalam kerangka teori komunikasi interpersonal. Ini mengacu pada dua aspek utama dalam setiap waktu atau bentuk komunikasi. Dimensi Isi (*Content Dimension*) berkaitan dengan informasi konkret atau pesan yang sebenarnya yang disampaikan oleh komunikator. Ini adalah "apa" yang sebenarnya dikomunikasikan, yaitu materi atau topik utama dari pesan tersebut. Misalnya, dalam sebuah presentasi, isi mungkin terkait dengan fakta, data, atau informasi yang ingin disampaikan kepada audiens. Dimensi Hubungan (*Relationship Dimension*) berkaitan dengan bagaimana hubungan antara komunikator dan penerima pesan memengaruhi pemahaman pesan, mencakup aspek-aspek seperti status, kekuasaan, dan keterbukaan emosional di antara peserta komunikasi. Misalnya, pesan yang sama dapat diartikan berbeda tergantung pada hubungan interpersonal antara komunikator dan penerima. Komunikasi juga menyangkut hubungan diantara kedua pihak. Konsep ini menekankan bahwa ketika kita berkomunikasi, kita tidak hanya menyampaikan informasi (isi), tetapi kita juga berada dalam hubungan yang memengaruhi cara kita menginterpretasikan dan merespons pesan. Pengenalan kedua dimensi ini membantu untuk lebih memahami

kompleksitas dan keragaman dalam proses komunikasi manusia.

5. Komunikasi bersifat *punctuated*

Merujuk kepada bagaimana orang membangun makna dalam komunikasi. Dalam konteks ini *punctuated* digunakan untuk menunjukkan bahwa komunikasi tidak selalu berjalan dalam aliran yang terus-menerus, tetapi dapat dilihat sebagai serangkaian tanda-tanda hubungan. Peristiwa komunikasi adalah transaksi berkelanjutan yang tidak memiliki awal yang jelas atau berakhir. Sebagai peserta atau pengamat komunikasi, Anda membagi konteks ini proses yang berkesinambungan dan melingkar menjadi sebab dan akibat, atau rangsangan dan tanggapan. tusukan-tusukan komunikasi adalah segmentasi dari aliran komunikasi yang berkesinambungan-menjadi bagian-bagian yang lebih kecil. Beberapa dari potongan ini Anda memberi label penyebab (atau rangsangan) dan efek (atau tanggapan) lainnya. komunikasi merupakan suatu proses, bahwa komponen-komponennya saling terkait, dan bahwa para komunikatornya beraksi dan bereaksi sebagai suatu kesatuan dan keseluruhan.

6. Komunikasi komunikasi tidak bisa dihindari, tidak dapat diubah, dan tidak dapat diulang: menggambarkan pandangan bahwa komunikasi adalah fenomena yang melekat dalam kehidupan kita, sulit untuk dihindari, tidak dapat diubah fakta bahwa kita selalu berkomunikasi, dan tidak dapat diulang dengan sempurna. Komunikasi adalah bagian alami dari kehidupan sehari-hari. Bahkan ketika seseorang diam, pesan atau komunikasi non-verbal masih dapat disampaikan. Kita selalu berkomunikasi, bahkan jika tidak menggunakan kata-kata. Komunikasi tidak dapat sepenuhnya dihindari atau diubah. Meskipun kita dapat memilih cara komunikasi dan bahasa yang digunakan,

komunikasi sebagai konsep fundamental mungkin tidak dapat diubah. Ide bahwa setiap interaksi atau pesan komunikasi memiliki konteks dan dinamika unik. Walaupun dapat mengulangi kata-kata atau frase, konteks dan kondisi yang mengelilingi suatu komunikasi mungkin tidak dapat direplikasi dengan presisi.

Implikasi prinsip komunikasi itu adalah hal yang tidak terelakkan adalah bahwa kita perlu sebisa mungkin belajar mengontrol, menggunakan seefektif mungkin segala macam aspek perilaku kita karena segala sesuatu mengenai diri kita itu kita komunikasikan baik kita sadari atau tidak sadari. Kecenderungan komunikasi bisa diartikan dalam perspektif “keterbiasaan dalam melakukan komunikasi” serta “upaya memperoleh pengertian (*mutual understanding*) dari sebuah pesan yang dibuat. Meskipun menjadi sebuah kebiasaan, aktivitas komunikasi menurut Deddy Mulyana bukanlah hal yang mudah. Jika komunikasi yang terjadi tidak makna secara utuh, maka potensi konflik bisa saja muncul (Haro dkk, 2021).

Seperti halnya beragam definisi komunikasi, prinsip-prinsip komunikasi juga diuraikan dengan berbagai cara oleh para pakar komunikasi. Merujuk pada beberapa penamaan yang beragam, satu diantaranya menyebut dengan karakteristik dan asumsi komunikasi, beberapa ahli cenderung menggunakan istilah prinsip komunikasi, yang merupakan penjabaran lebih jauh dari definisi atau hakikat komunikasi (Mulyana, 2019). Beragamnya pemikiran mengenai hal tersebut menggambarkan gambaran dari realitas yang terjadi.

Prinsip-prinsip komunikasi terdiri dari faktor-faktor yang diperlukan untuk membuat proses komunikasi menjadi bermanfaat dan efisien sebagai interaksi berkesinambungan antar sesama manusia. Berikut dibawah merupakan kolaborasi dari berbagai pakar komunikasi;

1. Komunikasi adalah suatu proses simbolik

Manusia dibekali kemampuan untuk menginterpretasikan simbol dan memproduksi simbol. Selain itu, manusia juga dibekali dengan kemampuan berfikir untuk berinteraksi dengan manusia yang lain. Simbol meliputi pesan verbal (kata-kata), perilaku nonverbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama seperti contohnya memasang bendera setengah tiang.

2. Setiap pelaku berpotensi untuk berkomunikasi

Manusia tidak bisa untuk tidak berkomunikasi, bukan berarti bahwa semua perilaku adalah proses komunikasi. Komunikasi terjadi apabila seseorang memberi makna pada perilaku orang lain dan perilakunya sendiri. Seseorang yang diam juga bisa dimaknai sebagai perilaku setuju. Diam dapat ditafsirkan sebagai tanda setuju atas situasi yang melibatkannya. Orang yang cemberut ditafsirkan ngambek, sedangkan orang tersenyum ditafsirkan bahagia.

3. Komunikasi mempunyai dimensi isi dan hubungan

Dimensi isi disandi secara verbal sedangkan dimensi hubungan disandi secara non-verbal. Dimensi isi menunjukkan muatan komunikasi, yaitu apa yang dikatakan. Sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakan yang mengisyaratkan bagaimana seharusnya hubungan peserta komunikasi, dan bagaimana seharusnya sebuah pesan ditafsirkan.

Dalam komunikasi massa, dimensi isi merujuk pada isi pesan, sedangkan dimensi hubungan merujuk kepada unsur lain, seperti saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut. Pengaruh pesan juga berbeda jika disajikan dengan media yang berbeda. Bahkan ambilan (*shot*), sudut pengambilan (*angle*) dan Gerakan (*motion*) kamera juga menimbulkan pengaruh yang berbeda pada pandangan khalayak.

4. Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan

Komunikasi dilakukan dengan berbagai kesengajaan, dari komunikasi yang tidak disengaja sama sekali hingga komunikasi yang benar-benar direncanakan dan disadari. Membatasi komunikasi sebagai proses yang disengaja yaitu dengan menganggap komunikasi sebagai sebuah instrumen dapat diartikan sebagai melihat komunikasi sebagai alat atau sarana untuk mencapai tujuan atau hasil tertentu. Dalam konteks ini, komunikasi dipandang bukan hanya sebagai proses penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat yang dapat digunakan untuk memengaruhi, meyakinkan, atau menciptakan perubahan.

Kesengajaan bukan syarat mutlak bagi seseorang untuk berkomunikasi, diantara individu berbeda budaya kesengajaan dapat menimbulkan kesalahpahaman yang disebabkan oleh perilaku yang tidak disengaja yang dipersepsi, ditafsirkan dan direspon oleh orang dari budaya lain (Mulyana, 2019). Seperti halnya dengan memperlihatkan sol sepatu di Korea dapat dianggap negatif karena memiliki konotasi budaya tertentu yang dianggap kurang sopan, dapat menimbulkan penafsiran negatif dan menghambat interaksi komunikasi.

5. Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu

Makna pesan juga bergantung pada konteks fisik dan ruang (termasuk iklim, suhu, intensitas cahaya, dan sebagainya), waktu, sosial dan psikologis. Waktu juga mempengaruhi makna terhadap suatu pesan (Mulyana, 2019).

Berikut adalah beberapa aspek penting dalam konteks ruang dan waktu dalam komunikasi:

a. Konteks Ruang:

- 1) **Proxemics:** Konsep *proxemics* mempertimbangkan jarak fisik antara komunikator dan bagaimana jarak ini

dapat memengaruhi interpretasi pesan. Misalnya, jarak yang terlalu dekat atau terlalu jauh bisa memberikan pesan yang berbeda dalam konteks komunikasi interpersonal.

2) Lingkungan Fisik: Tempat di mana komunikasi terjadi dapat memainkan peran penting. Lingkungan yang nyaman atau formal dapat memengaruhi bagaimana pesan diterima.

b. Konteks Waktu:

1) Waktu Sebagai Faktor Budaya: Konsep waktu dapat bervariasi secara signifikan antara budaya. Beberapa budaya mungkin lebih berfokus pada waktu secara tepat, sementara yang lain mungkin lebih santai. Pemahaman tentang norma waktu budaya dapat memengaruhi efektivitas komunikasi.

2) Ketepatan Waktu: Kesesuaian waktu atau ketepatan waktu adalah faktor penting dalam komunikasi. Keterlambatan atau ketidaksesuaian waktu dapat memberikan kesan yang berbeda terhadap pesan yang disampaikan.

6. Komunikasi melibatkan prediksi

Ketika berkomunikasi seringkali meramalkan efek perilaku, prediksi ini biasanya tidak selalu disadari, karena berlangsung secara cepat. Prinsip ini mengasumsikan bahwa pada derajat tertentu ada keteraturan pada perilaku manusia. Dengan kata lain, perilaku manusia bisa diprediksi. Kalau saja perilaku manusia bersifat acak, tak terduga tentu akan membuat semakin sulit.

7. Komunikasi bersifat sistemik

Setiap individu merupakan suatu sistem yang hidup (a living system) karena setiap organ di dalam tubuh kita saling berhubungan. Bahkan unsur yang bersifat jasmani juga berhubungan dengan unsur yang bersifat rohani. Pada saat

emosi bergejolak, seperti marah membuat jantung kita berdetak lebih cepat dan berkeringat.

Setidaknya ada dua sistem dasar yang turut serta dalam transaksi komunikasi yaitu, sistem internal dan system eksternal. Sistem internal adalah seluruh sistem yang dibawa oleh individu. Ketika berpartisipasi dalam komunikasi, yang diserap selama bersosialisasi di berbagai lingkungan, atau istilahnya kerangka rujukan (*frame of reference*), bidang pengalaman (*field of experience*), struktur kognitif (*cognitive structure*), pola pikir (*thinking pattern*), keadaan internal (*internal states*), atau sikap (*attitude*). Singkatnya sistem internal mengandung semua unsur yang membentuk individu. Berbeda hal dengan sistem eksternal, adalah yang terdiri dari unsur lingkungan diluar individu tersebut, seperti misalnya, pemilihan kata, isyarat fisik, penataan ruang, cahaya dan temperature ruangan.

8. Semakin banyak kesamaan latar belakang, semakin efektif komunikasinya

Komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan peserta komunikasinya merupakan komunikasi yang efektif. Akan tetapi, praktiknya tidak pernah ada manusia yang persis sama meskipun kembar yang dilahirkan dan diasuh keluarga yang sama (Mulyana, 2019). Namun, dapat dijumpai kesamaan dalam hal tertentu, missal agama, ras (suku), bahasa, tingkat Pendidikan atau bahkan tingkat ekonomi yang memotivasi orang untuk saling tertarik, pada akhirnya membuat kesamaan itu menjadi komunikasi yang efektif.

9. Komunikasi bersifat nonsekuensial

Beberapa pakar komunikasi mengakui sifat sirkuler atau komunikasi dua arah. Komunikasi bersifat nonsekuensial merujuk pada fakta bahwa proses komunikasi tidak selalu mengikuti urutan atau alur yang linear. Komunikasi melibatkan respon sebagai bukti bahwa pesan telah

dikirimkan, diterima, serta dimengerti. Sehingga proses komunikasi bersifat nonsekuensial atau dalam artian tidak berlangsung satu arah. Dalam komunikasi nonsekuensial, elemen-elemen pesan atau informasi mungkin tidak disampaikan secara berurutan atau teratur.

10. Komunikasi bersifat prosesual, dinamis, transaksional.

Komunikasi merupakan sebuah proses yang berkesinambungan, tidak mempunyai awal dan tidak mempunyai akhir (Mulyana, 2019). Prosesual yang berarti bahwa itu adalah suatu proses yang terus menerus dan dinamis. Dinamisitas dalam konteks komunikasi mengacu pada sifat yang terus berubah dan berkembang dari waktu ke waktu.

Implikasi dari komunikasi sebagai proses yang dinamis dan transaksional bahwa dari proses komunikasi dapat merubah pandangan pengetahuan dan perilakunya. Pandangan dinamis dan transaksional memberi penekanan seseorang dapat mengalami perubahan sebagai hasil dari terjadinya komunikasi. Implisit dalam proses komunikasi sebagai transaksi adalah proses penyandian (encoding) dan penyandian-balik (decoding).

11. Komunikasi bersifat *Irreversibel*

Perilaku merupakan suatu peristiwa, oleh karena itu perilaku yang berlangsung dalam waktu tertentu tidak dapat ditarik kembali atau dihapus (Mulyana, 2019). Sifat *irreversible* ini adalah implikasi dari komunikasi sebagai proses yang selalu berubah. Prinsip ini menyadarkan kita bahwa kita harus hati-hati untuk menyampaikan pesan kepada orang lain, pesan keluar dari pengirim dan diterima oleh penerima, sulit atau bahkan tidak mungkin untuk mengubah dampaknya sepenuhnya.

Komunikasi tidak dapat ditarik Kembali, jika seseorang sudah berkata menyakiti orang lain, maka efek sakit hatinya tidak akan hilang begitu saja pada diri orang tersebut (Ngalimun, 2020). Kata-kata yang diucapkan tidak dapat diambil kembali. Meskipun seseorang dapat meminta maaf atau memberikan klarifikasi, kesan dari kata-kata tersebut mungkin tetap bertahan dan mempengaruhi persepsi penerima. Memahami bahwa komunikasi tidak dapat sepenuhnya diubah setelah disampaikan dapat meningkatkan kehati-hatian dan tanggung jawab dalam berkomunikasi.

12. Komunikasi bukan panacea semua masalah

Persoalan dan konflik antarmanusia banyak disebabkan oleh masalah komunikasi. Namun, komunikasi bukanlah sebuah panacea atau obat mujarab dalam menyelesaikan konflik dan persoalan. Meskipun komunikasi adalah elemen kunci dalam membangun hubungan yang sehat, menyelesaikan konflik, dan mencapai pemahaman bersama, ada beberapa masalah yang mungkin memerlukan pendekatan atau solusi yang lebih komprehensif atau spesifik.

C. MISKONSEPSI KOMUNIKASI

Komunikasi menjadi bagian penting dalam upaya membangun relasi dengan manusia yang lain. Sebagai fungsi konstruktif, kehadiran komunikasi diharapkan membawa dampak positif bagi perkembangan hubungan antara sesama pelaku komunikasi. Namun, disatu sisi keberadaan komunikasi sendiri dapat menjadi penghambat bahkan mampu menciptakan konflik, hal ini dikarenakan antara komunikator ataupun komunikan tidak mampu menempatkan perannya dengan baik. Miskonsepsi atau kesalahpahaman tentang komunikasi dapat timbul karena persepsi yang berbeda-beda antara orang-orang. Keyakinan yang

salah atau keliru terhadap suatu konsep, ide, atau informasi. Ini bisa terjadi karena berbagai alasan, termasuk kurangnya informasi, interpretasi yang salah, atau pengaruh faktor-faktor psikologis. Terdapat beberapa aspek dalam sebuah miskonsepsi komunikasi, diantaranya adalah;

a) Komunikasi tidak selalu menjadi hal baik

Komunikasi bukan tindakan yang baik atau buruk. Nilai komunikasi ditentukan oleh bagaimana komunikasi digunakan. Meskipun komunikasi adalah aspek penting dalam interaksi manusia dan membantu membangun pemahaman, kerjasama, serta hubungan yang sehat, ada beberapa konteks di mana komunikasi dapat dianggap sebagai sesuatu yang tidak menguntungkan. Penting untuk memahami bahwa kualitas komunikasi sangat tergantung pada cara pesan disampaikan, diterima, dan diinterpretasikan. Komunikasi yang baik memerlukan keterbukaan, kejujuran, empati, dan sikap saling menghormati untuk mencapai pemahaman yang sehat dan berkelanjutan.

b) Komunikasi bukan panacea semua masalah.

Komunikasi merupakan unsur kunci dalam penyelesaian konflik, pemahaman, dan kolaborasi, ada beberapa masalah atau situasi di mana komunikasi sendiri tidak dapat secara langsung menyelesaikan atau memperbaiki semuanya.

c) Makna berada pada manusia, bukan kata.

Makna dalam komunikasi sebenarnya terletak pada interpretasi dan pemahaman manusia terhadap kata atau simbol, bukan hanya pada bentuk atau kata itu sendiri. Pernyataan ini mencerminkan pemahaman bahwa makna tidak hanya berasal dari kata-kata atau simbol-simbol secara langsung, tetapi juga dipengaruhi oleh konteks, pengalaman, dan interpretasi individu. Bahwa penting untuk memahami komunikasi bukanlah hanya tentang kata-kata

yang digunakan, tetapi juga tentang bagaimana kata-kata tersebut dipahami dan diartikan oleh penerima pesan. Dengan memahami keragaman pemahaman dan interpretasi, kita dapat lebih efektif berkomunikasi dan membangun pemahaman yang lebih mendalam.

d) Komunikasi tidak sederhana. Ia memerlukan ketrampilan.

Menilik pada Direktori Training Indonesia tentang Teknik berkomunikasi yang baik, ada beberapa hal yang menjadi prinsip teknik berkomunikasi/berbicara yang baik yaitu:

- 1. Berbicara Efektif**, artinya tidak bertele-tele, tidak berputar-putar untuk menyampaikan suatu poin pembicaraan. Cepat, tepat, lugas dan dapat dimengerti oleh lawan bicara kita. Berbicara efektif membuat lawan bicara kita akan fokus pada setiap hal yang kita sampaikan dan dapat mempengaruhi langsung ke dalam pikirannya.
- 2. Berbicara penuh motivasi**, komunikasi yang terjalin dan sampai kepada lawan bicara haruslah yang bersifat mendorong. Terlebih ketika yang berbicara adalah orang yang memiliki jabatan lebih tinggi daripada lawan bicaranya, seperti bos kepada anak buahnya. Motivasi yang dimaksud adalah adanya dorongan/penyemangat dalam kata-kata yang diucapkan agar lawan bicara tergerak untuk melakukan sesuatu dengan baik dan sungguh-sungguh berdasarkan pengarahan yang sudah diberikan.
- 3. Berbicara untuk mendapat perhatian**, pembicaraan yang membosankan dan bertele-tele tentu akan membuat lawan bicara atau pendengar mengabaikan kata-kata kita. Dalam teknik berkomunikasi/bicara perlu diperhatikan tema/materi yang akan kita sampaikan pada lawan bicara agar membuat mereka tetap fokus dengan kita. Ada baiknya untuk memperhatikan siapa lawan

bicara kita agar materi yang kita sampaikan tepat sasaran, selain itu usahakan penyampaiannya dilakukan dengan gaya yang menarik. Temukan materi yang belum pernah pendengar tahu dan selipkan hal-hal unik untuk menarik perhatian lawan bicara.

- 4. Berbicara melalui keinderaan**, agar tema/materi yang kita sampaikan meninggalkan bekas dalam pikiran lawan bicara maka kita bisa menguatkan komunikasi kita dengan ekspresi indera yang meyakinkan. Gerak tangan, tatapan mata, senyuman, atau kernyitan dahi akan menambah kesan tentang tema yang kita sampaikan. Hal ini juga agar lawan bicara mengerti bahwa tema yang kita bicarakan adalah hal yang penting dan patut untuk didengar.

Berkomunikasi dengan baik akan sangat membantu kita untuk saling memahami satu sama lainnya, menghindari kesalahpahaman dan tentunya akan saling memberikan rasa nyaman. Memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dapat membangun hubungan yang baik dengan kolega atau rekan kerja, membuka peluang bisnis maupun karier. Hubungan baik yang dimiliki saat bekerja dapat berpengaruh pada kinerja karena selama bekerja tentunya akan selalu bertemu dan berhubungan langsung dengan kolega kerja. Apabila terjadi salah komunikasi dapat berdampak buruk pada kredibilitas dan produktivitas kerja. Untuk itu memiliki kemampuan komunikasi yang baik menjadi penting. Miskonsepsi pada komunikasi dapat mempengaruhi kualitas interaksi dan hubungan antarindividu. Penting untuk menyadari dan mengatasi miskonsepsi ini agar komunikasi dapat berjalan lebih efektif. Memahami kompleksitas komunikasi membantu mencegah kesalahpahaman dan meningkatkan kualitas hubungan interpersonal.

D. RANGKUMAN

Komunikasi merupakan sebuah proses interaksi yang melibatkan pertukaran pesan antara individu atau kelompok manusia. Berlangsungnya komunikasi jika antara komunikator dan komunikan mengadakan kesamaan makna/arti, pada hakikatnya antara komunikan dan komunikator memberi arti yang sama terhadap simbol yang dikomunikasikan. Prinsip-prinsip komunikasi adalah pedoman atau aturan dasar yang membantu memahami dan meningkatkan efektivitas komunikasi antara individu atau kelompok. Prinsip komunikasi merupakan kesamaan berkomunikasi yang diibaratkan dua buah lingkaran yang saling bertindih satu sama lain. Prinsip-prinsip komunikasi terdiri dari faktor-faktor yang diperlukan untuk membuat proses komunikasi menjadi bermanfaat dan efisien sebagai interaksi berkesinambungan antar sesama manusia. Komunikasi yang baik adalah saat komunikan dan komunikator berada pada kesepahaman arti/makna yang sama. Dalam komunikasi seringkali terjadi miskonsepsi atau kesalahpahaman. Miskonsepsi atau kesalahpahaman tentang komunikasi dapat timbul karena persepsi yang berbeda-beda antara orang-orang. Keyakinan yang salah atau keliru terhadap suatu konsep, ide, atau informasi. Ini bisa terjadi karena berbagai alasan, termasuk kurangnya informasi, interpretasi yang salah, atau pengaruh faktor-faktor psikologis. Miskonsepsi pada komunikasi dapat mempengaruhi kualitas interaksi dan hubungan antarindividu. Memahami kompleksitas komunikasi membantu mencegah kesalahpahaman dan meningkatkan kualitas hubungan interpersonal.

E. TES FORMATIF

1. Ciri yang melekat pada komunikasi yang bersifat transaksional adalah ...
 - a) adanya penggunaan lambang-lambang dalam kegiatan komunikasi
 - b) pelaku komunikasi tidak harus hadir dalam satu ruangan

- c) komunikasi yang dilakukan sesuai dengan keinginan dan tujuan dari para pelaku komunikasi
 - d) keberhasilan komunikasi ditentukan oleh duabelah pihak yang berkomunikasi
2. Suatu kegiatan komunikasi akan dapat berjalan dengan baik bila pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan komunikasi memiliki minat dan kepentingan yang sama. Persamaan minat dan kepentingan ini dapat terjadi bila kedua belah pihak memiliki persamaan dalam hal apa?
- a) *overlapping of interest*
 - b) *decoding*
 - c) *encoding*
 - d) *frame of reference*
3. Pesan komunikator oleh komunikan pada komunikan dapat berbentuk?
- a) langsung - tidak langsung
 - b) kelompok -individu
 - c) verba - non verbal
 - d) satu tahap – dua tahap
4. Apakah yang dimaksud sifat komunikasi *irreversible*?
- a) berbicara efektif
 - b) tidak dapat ditarik Kembali
 - c) membangun makna
 - d) kerangka pengalaman

F. LATIHAN

1. Jelaskan bagaimana komunikasi sebagai sebuah proses? Kemudian berikan contoh dalam kehidupan sehari-hari disekitar anda!

2. Berikan penjelasan anda mengenai prinsip komunikasi dalam sebuah model!
3. Hal apa saja yang bisa dilakukan untuk mengatasi miskonsepsi komunikasi? Berikan penjelasan singkatnya!
4. Lakukan pengamatan pada lingkungan sekitar anda, bagaimana pandangan anda mengenai prinsip diatas dan implikasi dalam keseharian?

KEGIATAN BELAJAR 4

PERAN DAN FUNGSI KOMUNIKASI

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

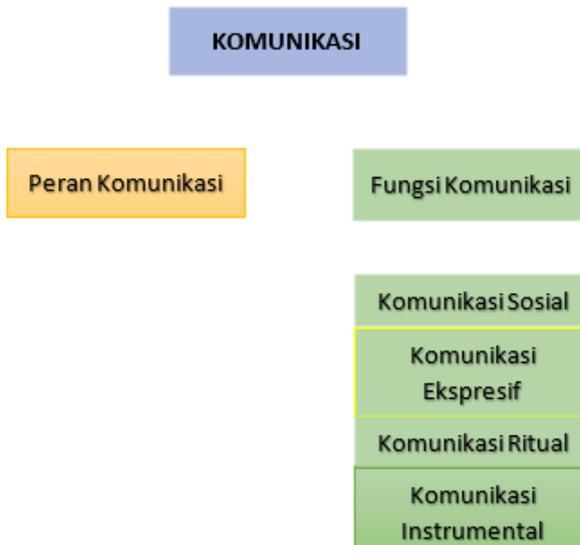
Pada bab ini akan mempelajari peran komunikasi dalam tingkatan komunikasi dan fungsi komunikasi serta langkah-langkah dalam meningkatkan fungsi komunikasi.

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan :

1. Menjelaskan peran komunikasi dengan baik dan tepat
2. Menjelaskan fungsi komunikasi dengan baik dan tepat
3. Menjelaskan langkah-langkah untuk meningkatkan fungsi komunikasi dengan baik dan tepat

PETA KONSEP PEMBELAJARAN



A. PERAN KOMUNIKASI

Komunikasi menurut Shanon dan Weaver (Karyaningsih P D, 2018) merupakan bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal tapi juga dalam bentuk ekspresi muka, lukisan dan teknologi.

Komunikasi menurut David K Berlo (Karyaningsih P D, 2018) sebagai instrumen interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi setiap orang lain juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan masyarakat.

Berdasarkan dua definisi komunikasi di atas, maka komunikasi memiliki peran yang cukup penting dalam kehidupan manusia. Terdapat empat tingkat komunikasi yang disepakati banyak pakar yaitu: komunikasi antarpribadi/interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi dan komunikasi massa. Peran komunikasi dalam tiap tingkatan komunikasi ini sangat besar.

Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung baik secara verbal maupun nonverbal (Karyaningsih P D, 2018). Penelitian tahun 2016 (Awi dkk, 2016) mendapatkan peran komunikasi interpersonal dalam keluarga untuk menciptakan harmonisasi yaitu :

1. Komunikasi dilakukan secara terbuka
2. Komunikasi dalam keluarga dilakukan dengan sikap yang positif
3. Komunikasi dilakukan saling memahami
4. Komunikasi yang berempati atau tidak saling mengkritik

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama (adanya saling ketergantungan), mengenal satu sama

lainnya dan memandang mereka sebaagain bagian dari kelompok tersebut, meskipun setiap anggota mungkin mempunyai peran yang berbeda-beda. Komunikasi kelompok dilakukan antar anggota kelompok tersebut (Karyaningsih P D, 2018).

Berdasarkan Liliwari, 2011 (Nusantari, 2019) disebutkan peran komunikasi dalam kelompok seperti :

1. Komunikasi berperan sebagai alat pertukaran informasi secara langsung pada antar anggota kelompok.
2. Komunikasi memberikan arahan bagi anggota kelompok.
3. Komunikasi mengambil sebuah keputusan yang disepakati bersama
4. Komunikasi memberikan motivasi bagi anggota kelompok.
5. Membantu memecahkan masalah yang dihadapi seorang anggota kelompok.
6. Komunikasi menjalin hubungan antar anggota kelompok memuaskan kebutuhan individual anggota kelompok.
7. Komunikasi sebagai alat dalam memberikan pendapat, kritik atau saran antara pimpinan kepada anggota, dan dari anggota kepada pimpinan.
8. Komunikasi dapat membantu menetapkan aturan, kegiatan ataupun rencana yang akan dilakukan.
9. Komunikasi menjadi sarana untuk mendidik individu anggota kelompok.

Komunikasi organisasi (*organizational communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal. Komunikasi formal merupakan komunikasi menurut struktur organisasi yakni komunikasi vertikal dan horizontal. Komunikasi informal tidak tergantung pada struktur organisai, seperti komunikasi antar sejawat (Karyaningsih P D, 2018). Komunikasi dalam organisasi terdapat tiga peran penting komunikasi, yaitu (Ningsih, 2023) :

1. Menciptakan serta menjaga relasi dan hubungan yang intim antara pimpinan dengan karyawan serta antarkaryawan.

2. Menghubungkan antarorang dan antar bagian dalam organisasi, serta menggerakkan mereka agar mau bekerja sama meraih tujuan.
3. Menjadi saluran dalam melakukan, menerima pengaruh, maupun sebagai pendorong atau motivasi kerja yang memungkinkan tujuan organisasi terwujud.

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak, elektronik. Berdasarkan McQuail dalam Halik, mendefinisikan peran media massa, yaitu (Ningsih, 2023) :

1. Sebagai “Jendela” pengalaman. Komunikasi berperan meluaskan pandangan dan memungkinkan kita mampu memahami apa yang terjadi di sekitar kita, tanpa campur tangan pihak lain atau sikap memihak.
2. Sebagai “Juru bahas”. Komunikasi menjelaskan dan memberi makna terhadap peristiwa atau hal yang terpisah dan kurang jelas.
3. Sebagai “Pembawa atau penghantar” informasi dan pendapat baik yang objektif dan edukatif.
4. Sebagai “Jaringan interaktif”. Komunikasi berperan menghubungkan pengirim dengan penerima melalui berbagai macam umpan balik.
5. Sebagai “Petunjuk jalan”. Komunikasi berperan yang secara aktif menunjukkan arah, memberikan bimbingan atau instruksi.
6. Sebagai “Penyaring”. Komunikasi berperan memilih bagian pengalaman yang perlu diberi perhatian khusus dan menyisihkan aspek pengalaman lainnya baik secara sadar dan sistematis atau tidak.
7. Sebagai “Cermin”. Berperan sebagai memantulkan citra masyarakat terhadap masyarakat itu sendiri. Biasanya pantulan citra itu mengalami perubahan (distorsi) karena adanya penonjolan terhadap segi yang ingin dilihat anggota

masyarakat, atau sering segi yang ingin mereka hakimi atau cela.

8. Sebagai “Tirai” atau penutup. Komunikasi yang menutupi kebenaran demi pencapaian tujuan propaganda atau pelarian dari suatu kenyataan.

B. FUNGSI KOMUNIKASI

William Gordon membagi fungsi-fungsi menjadi empat bagian yaitu komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual dan komunikasi instrumental, fungsi ini tidak berdiri sendiri melainkan saling berkaitan satu dengan yang lain (Agustina, 2020).

1. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan (Agustina, 2020).
 - a. Fungsi sebagai pembentukan konsep diri
Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita, dan itu hanya bisa diperoleh melalui informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Kondisi seseorang yang tidak pernah berkomunikasi dengan orang lain tidak akan memiliki kesadaran bahwa dirinya adalah manusia. Dengan komunikasi, individu tersebut akan terbentuk harapan-harapan, kesan (dari interaksi atau proses komunikasi) sehingga dapat membentuk dirinya atau mempengaruhi konsep dirinya (Agustina, 2020).
 - b. Fungsi sebagai pernyataan eksistensi diri
Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Pernyataan ini disebut pernyataan eksistensi diri. Fungsi komunikasi dalam eksistensi diri dapat dilihat dari penampilan sebagai dosen, sebagai moderator, sebagai penceramah dst (Agustina, 2020).

- c. Fungsi untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan dan memperoleh kebahagiaan

Menurut Sejak lahir, manusia tidak dapat hidup sendiri untuk mempertahankan hidup. Manusia sebagai individu perlu dan harus berkomunikasi dengan orang lain, untuk memenuhi kebutuhan biologis seperti makan dan minum, dan memenuhi kebutuhan psikologis kita seperti sukses dan kebahagiaan. Abraham Maslow menyebutkan bahwa manusia punya lima kebutuhan dasar: kebutuhan fisiologis, keamanan, kebutuhan sosial, penghargaan diri, dan aktualisasi diri. Kebutuhan yang lebih dasar harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan yang lebih tinggi diupayakan (Agustina, 2020).

Manusia mungkin sudah mampu kebutuhan fisiologis dan keamanan untuk bertahan hidup. Manusia 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 memengaruhi orang lain, mempertimbangkan solusi alternatif atas masalah kemudian mengambil keputusan, dan tujuan-tujuan sosial serta hiburan (Agustina, 2020).

2. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Fungsi komunikasi ekspresif sebagai sarana untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) manusia. Perasaan yang ada dikomunikasikan secara nonverbal. Perasaan seperti sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan oleh kata-kata. Misalnya : Orang dapat mengepalkan tangannya jika dalam kondisi sedang marah dan ingin memukul. Seorang ibu menunjukkan kasih sayang pada

anaknya dengan memeluk hangat, membelai rambut (Agustina, 2020).

3. Fungsi Komunikasi Ritual

Fungsi komunikasi ritual terlihat dari keadaan dalam komunitas. Komunitas dalam melakukan upacara-upacara seperti kelahiran, sunatan, ulan tahun, pertunangan, siraman, pernikahan. Dalam acara upacara tersebut, orang-orang mengucapkan kata-kata atau menunjukkan perilaku-perilaku tertentu yang bersifat simbolik. Dalam komunitas keagamaan sering menyanyikan lagu, hal ini sebagai fungsi komunikasi ritual (Agustina, 2020).

4. Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Sebagai instrumen, komunikasi tidak hanya digunakan 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 (Agustina, 2020).

a. Tujuan jangka pendek misalnya untuk memperoleh *reward* (pujian), menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati, empati, keuntungan materiel, ekonomi, dan politik, yang antara lain dapat diraih dengan pengelolaan kesan (*impression management*). Contoh dari pengelolaan kesan seperti taktik-taktik verbal dan nonverbal, seperti berbicara sopan, mengobrol janji, mengenakan pakaian necis, dan sebagainya yang pada dasarnya untuk menunjukkan kepada orang lain seperti

orang yang sedang orasi saat demonstrasi, saat kampanye (Agustina, 2020).

- b. Tujuan jangka panjang dapat diraih lewat keahlian komunikasi, misalnya keahlian berpidato, berunding, berbahasa asing ataupun keahlian menulis (Agustina, 2020).

Kedua tujuan di atas (jangka pendek dan panjang) tentu saja saling berkaitan. Keterhubungan atau kaitannya 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.

Fungsi Komunikasi Antara Guru dan Siswa dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan menggunakan metode deskriptif kualitatif. didapatkan fungsi dari komunikasi guru dengan siswa untuk mengedukasi. Cara penyampaian guru dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami siswa menjadikan komunikasi berjalan efektif. Penggunaan strategi belajar yang menarik, santai dan asyik membuat siswa menerima pembelajaran menjadi lebih menarik (Malik, 2016). Terbukti dari penelitian ini, komunikasi berfungsi sebagai komunikasi sosial. Komunikasi sosial membantu siswa secara umum untuk bahagia dalam belajar, berfungsi membantu guru dalam eksistensi dan aktualisasi diri.

Penelitian studi kasus dalam acara Bukan Empat Mata di Stasiun TRANS TV terdapat fungsi komunikasi massanya, yaitu berfungsi sebagai pengawas sosial (*surveillance function*/fungsi media sebagai pemberi dan penyedia informasi yang menghibur ke khalayak) dan juga mempunyai fungsi penghubung (*communication function*) antara media dengan khalayak (Nora, 2010). Dalam penelitian Nora, dkk, didapatkan fungsi sosial, dan lebih dibahas tentang fungsi komunikasi dalam komunikasi massa.

C. LANGKAH-LANGKAH UNTUK MENINGKATKAN FUNGSI KOMUNIKASI

Menurut Gupta (2014) dalam Radhika terdapat empat langkah penting yang dapat meningkatkan fungsi komunikasi yaitu kontrol, informasi, ekspresi emosional dan stimulus.

1. Kontrol

Perlunya kontrol dalam meningkatkan fungsi komunikasi, yaitu mengontrol setiap hal yang berkaitan dengan hal negatif dan masalah psikologis. Masalah psikologis seperti kemarahan, frustrasi, depresi dan kecemasan. Dalam komunikasi perlu mengontrol hal negatif sehingga komunikasi menjadi efektif dan bermanfaat.

2. Informasi

Manusia memiliki informasi yang memadai, ketika mereka berkomunikasi dengan orang lain. Adanya informasi tersebut dapat memperlancar komunikasi.

3. Ekspresi Emosional

Ekspresi individu dipengaruhi oleh emosi dapat disebut dengan ekspresi emosional. Ekspresi yang diperlihatkan umumnya di wajah. Berbagai emosi seperti bahagia, kaget, khawatir, takut, cemas, sedih dan lain sebagainya. Ekspresi ini akan tampak sesuai dengan pesan/informasi yang akan disampaikan. Ekspresi ini akan membantu komunikasi berfungsi dengan baik.

4. Stimulus

Stimulus mengacu pada motivasi yang perlu dikembangkan untuk melaksanakan tugas pekerjaan dengan cara terorganisir dengan baik dan mencapai tujuan individu. Ketika individu termotivasi melakukan tugas atau kegiatan mereka, maka orang tersebut akan membuat proses komunikasi berjalan dengan lancar, tujuan/kegiatannya tercapai. Oleh karena itu, stimulus dianggap sebagai langkah penting dalam menghasilkan perbaikan dalam fungsi komunikasi.

D. RANGKUMAN

Tingkat komunikasi terdapat empat yaitu komunikasi antarpribadi/interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi dan komunikasi massa. Peran komunikasi dalam tiap tingkatan komunikasi ini sangat besar. Peran komunikasi dalam antarpribadi yaitu menciptakan kondisi harmonisasi (contohnya dalam keluarga) dengan cara komunikasi terbuka, positif, saling memahami dan berempati/tidak saling mengkritik. Peran komunikasi dalam kelompok sebagai alat pertukaran informasi secara langsung pada antar anggota kelompok, sarana dalam memberikan arahan bagi anggota kelompok, sebuah keputusan yang disepakati bersama, pemberi motivasi, pemecah masalah, menjalin hubungan antar anggota kelompok, sebagai alat dalam menyampaikan pendapat/kritik/saran, penetapan aturan dan sarana edukasi. Peran komunikasi dalam organisasi yaitu menciptakan serta menjaga relasi dan hubungan yang intim antara pimpinan dengan karyawan serta antar karyawan, menghubungkan antarorang dan antarbagian dalam organisasi, serta menggerakkan mereka agar mau bekerja sama meraih tujuan. Peran komunikasi dalam komunikasi massa yaitu sebagai jendela, juru bahas, pengantar informasi, jaringan interaktif, petunjuk jalan, penyaring dan cermin. Fungsi komunikasi penting untuk dipahami, sehingga komunikasi dapat berjalan dengan efektif. William Gordon membagi fungsi-fungsi menjadi empat bagian yaitu komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual dan komunikasi instrumental. Dalam komunikasi sosial berfungsi untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan. Fungsi komunikasi ekspresif untuk menyampaikan pendapat-pendapat/saran (berekspresi). Fungsi komunikasi ritual, sebagai komunikasi diritual-ritual budaya, keagamaan atau kelompok tertentu. Fungsi komunikasi instrumental

E. TES FORMATIF

1. Apakah tingkat komunikasi yang dilakukan antara orang dengan orang secara tatap muka ?
 - a) Komunikasi antarpribadi
 - b) Komunikasi kelompok
 - c) Komunikasi organisasi
 - d) Komunikasi massa

2. Apakah tingkat komunikasi yang dilakukan didalam suatu kelompok/organisasi yang dapat bersifat formal dan informal?
 - a) Komunikasi antarpribadi
 - b) Komunikasi kelompok
 - c) Komunikasi organisasi
 - d) Komunikasi massa

3. Apakah peran komunikasi ditingkat komunikasi massa ?
 - a) Komunikasi dapat membantu menetapkan aturan, kegiatan ataupun rencana yang akan dilakukan
 - b) Komunikasi menjadi sarana untuk mendidik individu anggota kelompok
 - c) Sebagai “Jendela” pengalaman. Komunikasi berperan meluaskan pandangan dan memungkinkan kita mampu memahami apa yang terjadi di sekitar kita, tanpa campur tangan pihak lain atau sikap memihak.
 - d) Sebagai harmonisasi

4. Apakah peran komunikasi ditingkat komunikasi *interpersonal* ?
 - a) Komunikasi dapat membantu menetapkan aturan, kegiatan ataupun rencana yang akan dilakukan
 - b) Komunikasi menjadi sarana untuk mendidik individu anggota kelompok

- c) Sebagai “Jendela” pengalaman. Komunikasi berperan meluaskan pandangan dan memungkinkan kita mampu memahami apa yang terjadi di sekitar kita, tanpa campur tangan pihak lain atau sikap memihak.
 - d) Sebagai harmonisasi
5. Apakah peran komunikasi sebagai “juru bahas” dalam komunikasi massa ?
- a) Komunikasi berperan meluaskan pandangan dan memungkinkan kita mampu memahami apa yang terjadi di sekitar kita, tanpa campur tangan pihak lain atau sikap memihak.
 - b) Komunikasi menjelaskan dan memberi makna terhadap peristiwa atau hal yang terpisah dan kurang jelas.
 - c) Komunikasi sebagai informasi dan pendapat baik yang objektif dan edukatif.
 - d) Komunikasi berperan yang secara aktif menunjukkan arah, memberikan bimbingan atau instruksi.
6. Apakah fungsi komunikasi yang menunjukkan eksistensi diri?
- a) Fungsi sosial
 - b) Fungsi ekspresif
 - c) Fungsi ritual
 - d) Fungsi instrumental
7. Apakah fungsi komunikasi sebagai sarana menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) manusia?
- a) Fungsi sosial
 - b) Fungsi ekspresif
 - c) Fungsi ritual
 - d) Fungsi instrumental

8. Apakah fungsi komunikasi sebagai sarana informasi baik dalam bentuk verbal dan perilaku dalam kegiatan keagamaan/budaya tertentu?
 - a) Fungsi sosial
 - b) Fungsi ekspresif
 - c) Fungsi ritual
 - d) Fungsi instrumental

9. Apakah fungsi komunikasi yang memiliki tujuan seperti menginformasikan, mengajar, mendorong sehingga tujuan jangka pendek/jangka panjang tercapai ?
 - a) Fungsi sosial
 - b) Fungsi ekspresif
 - c) Fungsi ritual
 - d) Fungsi instrumental

10. Sebutkan langkah-langkah untuk meningkatkan fungsi komunikasi ?
 - a) Kontrol
 - b) Informasi
 - c) Ekspresi emosional
 - d) Stimulus
 - e) Semua benar

F. LATIHAN

1. Berikan beberapa contoh/aplikasi langsung dari peran komunikasi dalam tiap tingkatan komunikasi (komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi dan komunikasi massa) !
2. Berikan beberapa contoh/aplikasi langsung dari fungsi komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual dan komunikasi instrumental !

KEGIATAN BELAJAR 5

KOMPONEN KOMUNIKASI

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

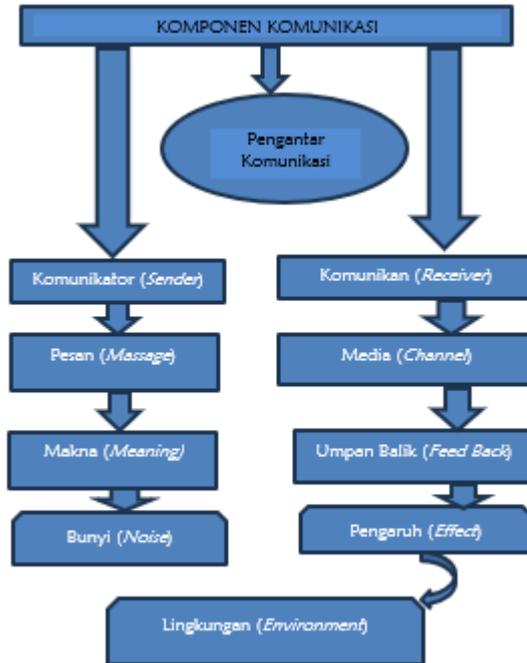
Pada bab ini mahasiswa mempelajari Komponen komunikasi. Diharapkan mahasiswa memiliki wawasan dan pemahaman tentang Komponen Komunikasi yang meliputi: Komunikator (*Sender, Source, Decoder*), Komunikan (*Receiver, Decoder*), Pesan (*Message*), Media (*Channel*), Makna (*Meaning*), Umpan Balik (*Feed Back*), Bunyi (*Noise*), Pengaruh (*Effect*), dan Lingkungan (*Environment*) agar proses komunikasi berjalan sesuai harapan/tujuan.

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan :

1. Menjelaskan tentang pengertian komunikator (*Sender, Source, Decoder*).
2. Memahami tentang kominkan (*Receiver, Decoder*).
3. Menguraikan tentang Pesan (*Message*).
4. Menjelaskan tentang Media (*Channel*).
5. Menjelaskan tentang Makna (*Meaning*).
6. Memahami tentang Umpan Balik (*Feed Back*).
7. Memahami tentang Bunyi (*Noise*).
8. Menguraikan tentang Pengaruh (*Effect*).
9. Menjelaskan tentang Lingkungan (*Environment*).

PETA KONSEP PEMBELAJARAN



A. PENGANTAR KOMUNIKASI

Komunikasi merupakan bagian integral dari kehidupan manusia, yang dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak bisa lepas dari kegiatan interaksi dan komunikasi.

Pengertian komunikasi banyak dikemukakan oleh beberapa ahli dalam Ilmu Komunikasi, fungsinya yaitu untuk memberikan batasan terhadap apa yang dipahami tentang komunikasi, namun pada intinya bahwa komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi dari seseorang kepada orang lain dengan adanya umpan balik.

Dalam suatu proses komunikasi terdapat beberapa komponen komunikasi, dan komunikasi tidak akan terbentuk jika tidak memiliki salah satu dari unsur-unsur komponen komunikasi, yang menjadi pokok utama dalam komunikasi meliputi siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan, siapa yang mendengarkan, dan bagaimana responnya (timbal balik hasil dari proses komunikasi), hal tersebut terkait dengan beberapa komponen dalam komunikasi dapat kita lihat pada gambar berikut ini.



Gambar 5.1. Komponen Komunikasi

B. KOMPONEN KOMUNIKASI

Salah satu cara seseorang untuk melakukan interaksi dengan individu lainnya atau kelompok, yaitu dengan cara menggunakan komunikasi, di dalam komunikasi itu sendiri terdiri dari beberapa komponen yang meliputi, sebagai berikut: (1) pengirim pesan (*sender*), (2) penerima pesan (*receiver*), (3) pesan (*message*), (4) media/saluran (*channel*), (5) makna (*meaning*), (6) umpan balik (*feed back*), (7) bunyi (*noise*), (8) pengaruh (*effect*), dan (9) Lingkungan (*environment*)

1. Komunikator (*sender, source, atau decoder*)

Komunikator adalah pengirim pesan atau sumber informasi. Komunikator juga dapat diartikan seseorang yang mempunyai inisiatif untuk menyampaikan pesan kepada orang lain baik pesan secara verbal (menggunakan kata kata/lisan) maupun non verbal (menggunakan isyarat/ekspresi, tanpa menggunakan kata kata). Peran seorang komunikator adalah untuk menciptakan suasana yang baik dan kondusif dalam suatu proses komunikasi, yang senantiasa memperhatikan umpan balik. Komunikator bisa saja secara perorangan, kelompok, keluarga, atau organisasi yang memiliki ide atau gagasan dalam menyelenggarakan komunikasi. Sumber komunikasi akan efektif bilamana memiliki kredibilitas yang baik, jika sumber komunikasi tidak memiliki kemampuan yang baik dalam berkomunikasi, maka hasil komunikasi dapat tidak sesuai dari apa yang diharapkan.

Kompetensi umum dalam berkomunikasi yang harus dimiliki setiap komunikator meliputi pengetahuan, dan sikap yang baik pada saat berkomunikasi, mampu membawa diri, menyesuaikan dengan situasi dan kondisi saat komunikasi berlangsung.

2. Komunikan (*receiver, decoder*)

Komunikan adalah penerima pesan (*receiver, decoder*). Komunikan adalah pihak yang menjadi sasaran dalam komunikasi, dapat diartikan juga seseorang yang menerima stimulus dan memberikan respon terhadap stimulus yang diterimanya. Penerima pesan atau komunikan akan menerima pesan dengan mendengarkan, melihat, dan sebagainya, penerimaan komunikan tersebut dapat direspon dengan aktif atau pasif. Respon aktif menggambarkan adanya reaksi dari komunikasi terhadap stimulus stimulus yang disampaikan komunikator seperti

reaksi ekspresi, perilaku, baik secara verbal maupun non verbal. Sedangkan respon pasif yaitu penerima pesan atau komunikan tidak ada reaksi.

3. Pesan (*message*)

Pesan (*message*) adalah Informasi yang dikirim oleh pengirim pesan baik secara verbal maupun non verbal yang disampaikan kepada komunikan/penerima pesan. Dapat diartikan juga yaitu stimulus yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Unsur pesan meliputi informasi, isi berita, amanat, laporan, dan keterangan tentang suatu peristiwa atau kejadian. Unsur pesan tidak hanya dimengerti atau dipahami, tetapi harus direspon secara aktif oleh kedua belah pihak yang menyelenggarakan komunikasi. Saat berlangsungnya komunikasi terjadi interaksi dari kedua belah pihak, maka segala fungsi panca Indera kitapun ikut berinteraksi. Bentuk ungkapan dalam komunikasi non verbal sebagai contoh yaitu cara berjalan, cara duduk, tersenyum, berjabat tangan, menggelengkan kepala, dan lainnya, sedangkan ungkapan komunikasi verbal yaitu dengan cara lisan.

Di dalam pesan itu sendiri terdapat variabel pesan yang meliputi komunikasi verbal dan non verbal, bunyi, keterampilan komunikasi, penempatan, media dan umpan balik. Keterampilan komunikasi yaitu kemampuan pengirim dan penerima pesan untuk mengobservasi, mendengar, mengklarifikasi, dan memvalidasi hasil pesan.

4. Media/saluran (*channel*)



Gambar 5.2. Media Komunikasi

Media Komunikasi adalah semua sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan, atau menyebarkan dan menyampaikan informasi. Media juga merupakan *channels sensory* meliputi pendengaran, penglihatan, peraba, perasa dan penciuman. Media sebagai alat penghubung antara pemberi dan penerima informasi secara terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengar apa yang disampaikan oleh pemberi pesan. Proses pengiriman pesan pada perkembangan teknologi dan informasi ini sudah mulai canggih, karena teknologi komunikasi semakin berkembang cepat, tepat, akurat, mudah, murah, efektif, dan efisien dari segi waktu, tempat dan lainnya. Informasi dapat tersebar melalui media baik cetak maupun elektronik. Media cetak adalah segala barang cetak yang dapat dipergunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Media cetak meliputi surat kabar, majalah, *leaflet*, brosur, bulletin, artikel, spanduk, dan media cetak lainnya, sedangkan media elektronik merupakan bentuk perkembangan baru media

komunikasi massa di era digitalisasi yaitu meliputi radio, televisi, komputer, *handphone*, *recording*, internet, *website*, dan media elektronik lainnya. Berbagi informasi dapat menembus sampai belahan dunia yaitu antar bangsa, antar benua, antar negara.

Fungsi utama dari media elektronik adalah memberikan informasi secara *audiovisual*, yaitu (1) media *visual* atau media pandang adalah media yang menggunakan indra penglihatan, (2) media *audio* adalah media komunikasi yang menggunakan pendengaran, yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan *audio* dari sumber pesan ke penerima pesan, (3) media *audio visual* adalah media komunikasi yang dapat menampilkan suara dan gambar (dapat di lihat dan di dengar), jadi untuk mengakses informasi yang disampaikan pemberi pesan menggunakan penglihatan dan pendengaran, media ini sering kita lihat dalam bentuk video contohnya televisi dan film. Fungsi lain dari media komunikasi meliputi fungsi produksi yaitu media komunikasi yang berguna untuk menghasilkan informasi, contohnya pada komputer pengolah kata (*Word Processor*) dan fungsi reproduksi yaitu media komunikasi yang kegunaannya untuk memproduksi ulang dan menggandakan informasi, contohnya *Audio Tapes Recorder* dan *Video Tapes*.

5. Makna (*meaning*)

Makna (*meaning*) merupakan substansi dalam komunikasi. Dengan demikian ketika komunikasi dilangsungkan, paling tidak terdapat dua orang yang memberikan makna dalam komunikasi itu, yaitu komunikator/pengirim pesan (*sender*) dan komunikan/penerima pesan (*receiver*). Letak makna bukan lagi pada bahasa atau kata kata melainkan pada siapa yang menggunakan bahasa atau kata kata baik sebagai pengirim atau penerima, karena memperhatikan pemberi pesan dan penerima pesan dari latar belakang yang

berbeda, maka kita harus mampu memilih bahasa atau kata kata yang paling dekat dengan pemaknaan. Perlu adanya pengetahuan dan pengalaman masing masing antara pemberi pesan (*sender*) dan penerima pesan (*receiver*) agar mampu menafsirkan bahasa/lambang/symbol dalam sebuah pesan dengan makna yang sama.

6. Umpan balik (*feed back*)

Umpan balik merupakan proses lanjutan yang berupa tanggapan atau jawaban dari pesan yang dikirimkan komunikator kepada komunikan. Respon verbal atau non verbal dari komunikan kepada komunikator membantu memberikan kejelasan terhadap pesan yang disampaikan. Umpan balik berperan penting dalam suatu proses komunikasi yaitu dapat mengukur keberhasilan suatu pesan, juga dapat memperkuat perilaku positif penerima pesan, dan menghindari salah persepsi dari penerima pesan. Ada beberapa cara untuk mengukur keberhasilan pesan, diantaranya dengan cara komunikator memberikan kesempatan bertanya kepada komunikan dan atau komunikator mengajukan pertanyaan kepada penerima pesan (komunikan). Bila respon yang diterima positif, maka komunikator berhasil melakukan komunikasi, tapi bila respon yang diterima negatif, berarti ada kesalahan dalam penyampaian informasi/pesan kepada penerima pesan. Jika gagal dalam penyampaian pesan, maka komunikator harus menggunakan cara lain dalam menyampaikan informasi.

7. Bunyi (*noise*)

Bunyi mengacu pada sistem komunikasi untuk menghindari penyampaian pesan yang tidak akurat.

Noise merupakan bunyi atau suara bising yang mengganggu dalam komunikasi. Gangguan (*noise*) adalah gangguan dalam komunikasi yang mendistorsi pesan. Gangguan komunikasi dapat berupa gangguan fisik (ada

orang lain berbicara), gangguan psikologis (pemikiran yang ada dalam kepala), dan gangguan semantik (salah mengartikan makna). Gangguan komunikasi terjadi, bila pesan yang disampaikan oleh pemberi pesan di tangkap berbeda oleh penerima pesan, hal tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang terjadi pada pemberi dan penerima pesan. Ada beberapa contoh bunyi yang dapat mengganggu proses komunikasi diantaranya yaitu suara hujan besar, suara bayi menagis, ketika komunikasi berlangsung, suara tersebut sebagai suara yang tidak diinginkan karena dapat memberikan efek kurang baik terhadap kenyamanan dalam berkomunikasi. Kita dapat mengurangi gangguan komunikasi dengan cara meningkatkan keterampilan mendengarkan dan mengirimkan umpan balik.

8. Pengaruh (*effect*)

Pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima pesan sebelum dan sesudah menerima informasi dalam proses komunikasi. Efek komunikasi adalah perubahan yang terjadi pada diri penerima pesan, perubahan ini meliputi pengetahuan, sikap dan perilaku. Hasil perubahan pengetahuan yang berdampak pada intelektual (kognitif) seperti memperoleh pengetahuan, belajar menganalisis sintesis. Perubahan yang terjadi pada sikap (afektif) yang meliputi adanya perubahan sikap, keyakinan, emosi dan perasaan. Sedangkan perubahan pada psikomotorik yaitu pengaruh terhadap keterampilan penerima pesan misal pada gerakan baru, yang dimaksud gerakan baru disini bahwa seorang komunikator mencontohkan peragaan misalnya pada cara menyusui bayi yang benar dengan menggunakan alat peraga, atau langsung kepada ibu yang menyusui bayinya, kemudian gerakan tersebut dapat ditiru oleh ibu bayi

sebagai komunikasi setiap kali menyusui bayinya, disebut juga sebagai perubahan psikomotorik.

Hasil komunikasi dapat memberi dampak menerima atau menolak. Besar tidaknya pengaruh komunikasi berhubungan erat dengan umpan balik yang diterima komunikator dan komunikan.

9. Lingkungan (environment)

Lingkungan sebagai tempat interaksi, proses komunikasi dapat dipengaruhi oleh lingkungan internal dan eksternal. Berlangsungnya proses komunikasi dapat dipengaruhi oleh lingkungan eksternal seperti suasana yang kurang kondusif, suara bising, pencahayaan ruangan tidak mendukung, tidak ada privasi, akan menimbulkan ketegangan dan ketidaknyamanan, untuk itu komunikator perlu menyiapkan lingkungan yang nyaman, aman, dan kondusif untuk berlangsungnya komunikasi sebelum dilakukan interaksi. Begitu juga pengaruh lingkungan fisik dari dalam diri komunikator itu sendiri (dari internal) pengaruh ini yang tahu adalah dirinya sendiri, misalnya perasaan galau, perasaan lelah, perasaan sedih, perasaan marah dan perasaan lainnya yang membuat komunikator malas untuk melakukan komunikasi. Pengaruh internal ini jangan sampai menghambat jalannya komunikasi dengan orang lain, karena perasaan-perasaan yang tidak mampu dikontrol oleh komunikator akan merugikan kedua belah pihak. Hal ini tidak kalah penting untuk disiapkan secara baik untuk hasil komunikasi yang terbaik.

C. RANGKUMAN

Pengertian komunikasi banyak dikemukakan oleh beberapa ahli dalam Ilmu Komunikasi, fungsinya yaitu untuk memberikan batasan terhadap apa yang dipahami tentang komunikasi, di

dalam komunikasi itu sendiri terdiri dari beberapa komponen yang meliputi, sebagai berikut: (1) pengirim pesan (*sender*), (2) penerima pesan (*receiver*), (3) pesan (*message*), (4) media/saluran (*channel*), (5) makna (*meaning*), (6) umpan balik (*feed back*), (7) bunyi (*noise*), (8) pengaruh (*effect*), dan (9) Lingkungan (*environment*). Komunikator adalah seseorang yang memiliki ide atau gagasan dalam menyelenggarakan komunikasi, sedangkan Komunikan adalah pihak yang menjadi sasaran dalam komunikasi, sementara Pesan adalah stimulus yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan meliputi informasi, isi berita, amanat, laporan, dan keterangan tentang suatu peristiwa atau kejadian. Media merupakan alat penghubung antara pemberi dan penerima informasi secara terbuka. Ketika komunikasi dilangsungkan, paling tidak terdapat dua orang yang memberikan makna dalam komunikasi itu, Umpan balik merupakan proses lanjutan yang berupa tanggapan atau jawaban dari pesan yang dikirimkan komunikator kepada komunikan. *Noise* yaitu bunyi atau suara bising yang mengganggu dalam komunikasi. Efek komunikasi adalah perubahan yang terjadi pada diri penerima pesan, perubahan ini meliputi pengetahuan, sikap dan perilaku. Di dalam proses komunikasi dapat dipengaruhi oleh lingkungan internal dan eksternal.

D. TES FORMATIF

1. Seseorang menyampaikan pesan kepada penerima pesan menggunakan media audiovisual, contoh dari media tersebut adalah:
 - a) *Leaflet*
 - b) Spanduk
 - c) Film/Video
 - d) Skenario/Skrip cerita
 - e) *Tape Recorder*

2. Seorang Bidan sedang melakukan komunikasi dengan pasiennya, tiba tiba terdengar suara petir yang menggelegar bersamaan suara hujan deras, sehingga pasien tidak dapat menangkap pesan tersebut dengan sempurna, suara petir dan hujan termasuk dalam komponen komunikasi :
- Feed Back*
 - Noise*
 - Effect*
 - Makna
 - Massage*

E. LATIHAN

Kegiatan Komunikasi.

Petunjuk:

1. Mahasiswa membuat kelompok, satu kelompok terdiri dari 2 mahasiswa berpasangan.
2. Kelompok membuat dialog kedalam skenario, mahasiswa berperan sebagai komunikator dan sebagai komunikan (dalam dialog terdapat beberapa komponen komunikasi) tema ceritanya yaitu penjelasan bahaya merokok dengan menggunakan gambar gambar pada leaflet.
3. Kelompok mempraktekan di depan kelas secara berpasangan.

KEGIATAN BELAJAR 6 KOMUNIKASI NONVERBAL

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

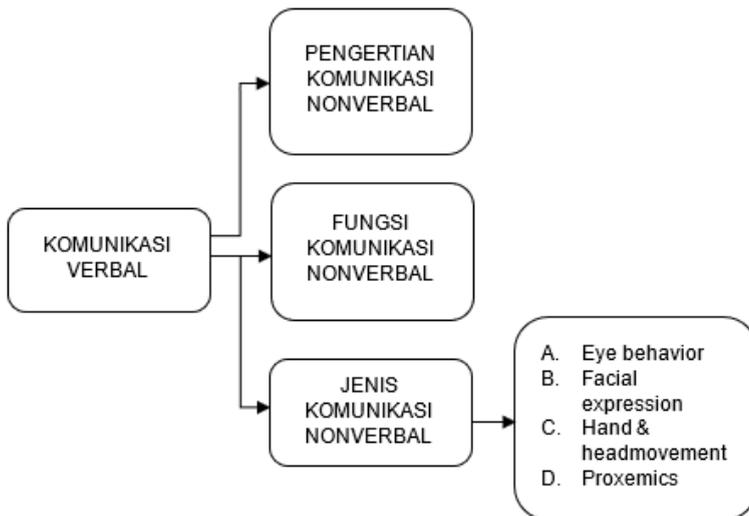
Pada bab ini mahasiswa mempelajari komunikasi nonverbal. Diharapkan mahasiswa memiliki wawasan dan pemahaman untuk modal dasar mempelajari komunikasi nonverbal lebih lanjut.

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan :

1. Mampu menguraikan pengertian komunikasi nonverbal
2. Mampu menjelaskan fungsi komunikasi nonverbal
3. Mampu menguraikan dan mengaplikasikan jenis-jenis komunikasi nonverbal

PETA KONSEP PEMBELAJARAN



A. PENGERTIAN KOMUNIKASI NONVERBAL

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang tidak menggunakan bahasa lisan maupun tulisan, tetapi menggunakan bahasa kias, bahasa gambar dan bahasa sikap. Proses pemindahan pesan tanpa menggunakan kata-kata. Komunikasi jenis ini merupakan cara yang paling meyakinkan untuk menyampaikan pesan kepada orang lain, terutama pada penyandang tunarungu dan tunawisma.

Komunikasi nonverbal memindahkan pesan tanpa menggunakan kata-kata. Bahasa kias merupakan bahasa yang menggunakan gerakan tangan atau anggota tubuh sebagai bentuk isyarat atau gambaran suatu perbuatan, gerakan tersebut mempunyai arti pesan dalam konteks komunikasi.

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal. Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. Secara teoritis komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling jalin menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari

“Komunikasi nonverbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata, melainkan menggunakan bahasa isyarat seperti gerakan tubuh, sikap tubuh, vokal yang bukan berupa kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak, sentuhan, dan sebagainya”.

Menurut Edward T.Hall mengartikan komunikasi nonverbal adalah sebuah bahasa diam (silent language) dan dimensi tersembunyi (hidden dimension) karena pesan nonverbal yang tertanam dalam konteks komunikasi”.

Para ahli di bidang komunikasi nonverbal biasanya menggunakan definisi "tidak menggunakan kata" dengan ketat, dan tidak

menyamakan komunikasi nonverbal dengan komunikasi non lisan. Contohnya, bahasa isyarat dan tulisan tidak dianggap sebagai komunikasi nonverbal karena menggunakan kata, sedangkan intonasi dan gaya berbicara tergolong sebagai komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal juga berbeda dengan komunikasi bawah sadar, yang dapat berupa komunikasi verbal ataupun nonverbal.

Dalam Faktanya Penelitian telah menunjukkan bahwa 80% komunikasi antara manusia dilakukan secara nonverbal. Banyak interaksi dan komunikasi yang terjadi dalam masyarakat yang berwujud nonverbal. Komunikasi nonverbal ialah menyampaikan arti (pesan) yang meliputi ketidakhadiran simbol-simbol suara atau perwujudan suara

Komunikasi nonverbal adalah bentuk komunikasi yang dilakukan tanpa kata-kata, melainkan menggunakan tindakan. Komunikasi nonverbal juga bisa didefinisikan sebagai transfer informasi melalui penggunaan bahasa tubuh, seperti mimik wajah, gerakan tangan, intonasi suara, hingga kecepatan berbicara.

Komunikasi nonverbal bisa berbeda antara satu orang ke orang lainnya, begitu pun antara satu budaya ke budaya lainnya. Karena itu, komunikasi nonverbal membutuhkan peran penting terkait cara menyampaikan informasi dan makna sesuai isi pesan, begitupun cara menafsirkan tindakan atau pesan yang diterima agar tidak terjadi miskomunikasi antar komunikator dan komunikan

B. FUNGSI KOMUNIKASI NONVERBAL

Komunikasi nonverbal bisa dikatakan hanya menggunakan isyarat atau tidak menggunakan kata-kata yang lisan, tapi tetap saja memiliki fungsi dalam penggunaannya. Menurut Mark Knapp

(1978) menyebutkan bahwa penggunaannya komunikasi nonverbal memiliki fungsi untuk :

1. Meyakinkan apa yang diucapkannya (*repletion*)
2. Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*substitution*)
3. Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*identity*)
4. Menambah atau melengkapi ucapan-ucapan yang dirasakan belum sempat.

Mark L. Knapp (dalam Jalaludin, 1994), menyebut lima fungsi pesan nonverbal yang dihubungkan dengan pesan verbal:

1. Repetisi, yaitu mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal. Misalnya setelah mengatakan penolakan, saya menggelengkan kepala. Substitusi, yaitu menggantikan lambang-lambang verbal. Misalnya tanpa sepele katapun kita berkata, kita menunjukkan persetujuan dengan mengangguk-anggukkan kepala.
2. Substitusi
Ada kalanya, komunikasi ini cukup untuk mengirim pesan dan tujuan. Di samping lebih ekspresif dan bermakna daripada kata-kata, komunikasi nonverbal juga lebih mudah dilakukan dan dipahami dalam banyak kasus. Bahkan menjadi solusi terbaik dalam mengatasi keterbatasan bahasa.
Beberapa contoh umum dari fungsi ini adalah melambaikan tangan sebagai pengganti ucapan “halo” atau “selamat tinggal”.
3. Kontradiksi, menolak pesan verbal atau memberi makna yang lain terhadap pesan verbal. Misalnya anda ‘memuji’ prestasi teman dengan mencibirkan bibir, seraya berkata “Hebat, kau memang hebat.”
4. Komplemen, yaitu melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal. Misalnya, air muka anda menunjukkan tingkat penderitaan yang tidak terungkap dengan kata-kata.

5. Aksentuasi, yaitu menegaskan pesan verbal atau menggarisbawahinya. Misalnya, anda mengungkapkan betapa jengkelnya anda dengan memukul meja.

Sementara itu, Dale G. Leathers (1976) dalam *Nonverbal Communication Systems*, menyebutkan enam alasan mengapa pesan verbal sangat signifikan. Yaitu:

1. Faktor-faktor nonverbal sangat menentukan makna dalam komunikasi interpersonal. Ketika kita mengobrol atau berkomunikasi tatap muka, kita banyak menyampaikan gagasan dan pikiran kita lewat pesan-pesan nonverbal. Pada gilirannya orang lainpun lebih banyak 'membaca' pikiran kita lewat petunjuk-petunjuk nonverbal.
2. Perasaan dan emosi lebih cermat disampaikan lewat pesan nonverbal ketimbang pesan verbal.
3. Pesan nonverbal menyampaikan makna dan maksud yang relatif bebas dari penipuan, distorsi, dan kerancuan. Pesan nonverbal jarang dapat diatur oleh komunikator secara sadar.
4. Pesan nonverbal mempunyai fungsi metakomunikatif yang sangat diperlukan untuk mencapai komunikasi yang berkualitas tinggi. Fungsi metakomunikatif artinya memberikan informasi tambahan yang memperjelas maksud dan makna pesan. Diatas telah kita paparkan pesan verbal mempunyai fungsi repetisi, substitusi, kontradiksi, komplemen, dan aksentuasi.
5. Pesan nonverbal merupakan cara komunikasi yang lebih efisien dibandingkan dengan pesan verbal. Dari segi waktu, pesan verbal sangat tidak efisien. Dalam paparan verbal selalu terdapat redundansi, repetisi, ambiguity, dan abstraksi. Diperlukan lebih banyak waktu untuk mengungkapkan pikiran kita secara verbal.
6. Pesan nonverbal merupakan sarana sugesti yang paling tepat. Ada situasi komunikasi yang menuntut kita untuk mengungkapkan gagasan dan emosi secara tidak langsung.

Sugesti ini dimaksudkan menyarankan sesuatu kepada orang lain secara implisit (tersirat).

C. JENIS-JENIS KOMUNIKASI NONVERBAL

1. Kontak Mata (*Eye Behaviour*)

Kontak mata merupakan sinyal alamiah untuk komunikasi. Dengan adanya kontak mata selama interaksi komunikasi berarti komunikator dan komunikan telah terlibat langsung dengan lawan bicaranya, kemauan untuk memerhatikan, mendengarkan dan memberikan kesempatan kepada komunikator dan komunikan untuk saling mengobservasi dan saling mengenal perilaku.

Makna isi pernyataan kontak mata dapat menggambarkan pesan :

- a. Sejauh mana tingkat kecermatan seseorang kepada sesuatu objek atau stimulus
- b. Bentuk reaksi emosi seseorang atau responsive perilaku terhadap orang lain
- c. Tingkat kejujuran kepribadian seseorang
- d. Tingkat minat dan motivasi seseorang dalam berkomunikasi
- e. Gambaran kondisi mental seseorang.

Perilaku mata atau eye behavior adalah aspek penting dari komunikasi nonverbal. Mata dapat menyampaikan banyak informasi tentang perasaan, niat, dan tingkat kenyamanan seseorang. Beberapa elemen eye behavior dalam komunikasi nonverbal meliputi:

- a. Kontak Mata
 - Intensitas Kontak Mata. Merupakan tingkat kontak mata dapat mencerminkan tingkat perhatian, kepercayaan diri, atau keengganan.
 - Kontak Mata Terus-Menerus. Menunjukkan ketertarikan dan fokus pada lawan bicara.

- b. Mengalihkan Pandangan
 - Mengalihkan Pandangan Sementara. Bisa menunjukkan pemikiran, kurangnya ketertarikan, atau kecemasan.
 - Mengalihkan Pandangan Karena Keengganan. Mungkin menunjukkan ketidaknyamanan atau ketidakjujuran.
- c. *Blinking* (Menedipkan Mata)
 - Menedip Cepat. Dapat menunjukkan kecemasan atau kegugupan.
 - Menedip Lambat. Bisa menunjukkan kebosanan atau kelelahan.
- d. Ekspresi Mata
 - Mata yang Terbuka Lebar. Bisa menunjukkan kejutan atau keterlibatan.
 - Mata yang Terpejam. Dapat menandakan ketenangan atau relaksasi, tetapi dalam beberapa konteks juga bisa menandakan ketidakpercayaan.
- e. Ekspresi Mata Terarah:
 - Melirik ke Arah Tertentu. Bisa menunjukkan minat atau keinginan untuk memfokuskan perhatian pada sesuatu.
 - Mengarahkan Pandangan Ke Bawah. Mungkin menunjukkan kehormatan atau rasa malu.
- f. Ketebalan dan Bentuk Alis
 - Alis Terangkat. Bisa menunjukkan kekaguman atau kebingungan.
 - Alis Tertekuk. Dapat menunjukkan ketidaksetujuan atau kekhawatiran.
- g. *Pupil Dilation* (Pembesaran Pupil)
 - Pupil yang Membesar. Dapat menandakan minat atau kegembiraan.
 - Pupil yang Menyempit. Bisa terjadi dalam situasi terang atau mungkin menunjukkan kecemasan.
- h. *Wink* (Menedipkan Mata Sekali)
 - Menedipkan Mata sebagai Isyarat Humor atau Persetujuan. Bisa digunakan dalam konteks humor atau

sebagai cara untuk menyampaikan persetujuan dalam situasi informal.

i. Gestur Mata Lainnya

- Menggелengkan atau Mengerutkan Dahi. Menunjukkan kebingungan, ketidaksetujuan, atau kecurigaan.
- Mengangkat Alis Sebagai Tanda Pengakuan atau Pemahaman. Dapat digunakan untuk menunjukkan bahwa seseorang memahami atau mengakui apa yang dikatakan oleh lawan bicara.

Eye behavior adalah bagian penting dari ekspresi wajah dan memberikan kontribusi besar dalam menyampaikan emosi dan niat seseorang dalam komunikasi nonverbal. Namun, perlu diingat bahwa interpretasi *eye behavior* dapat bervariasi tergantung pada konteks budaya dan situasional.

2. Ekspresi Wajah (*Facial Expression*)

Ekspresi wajah atau *facial expression* adalah salah satu komponen paling khas dan kuat dalam komunikasi nonverbal. Wajah merupakan sumber pesan yang kaya dalam suatu komunikasi, karena ekspresi wajah mencerminkan suasana emosi seseorang. Pesan *pasial* ini merupakan bentuk penyampaian pesan yang tersimpan dalam diri seseorang. Ekspresi wajah menggambarkan kehidupan psikis seseorang. Dari ekspresi wajah bisa tergambar perasaan senang, bahagia, sedih, ketakutan, kemarahan, terkejut, terancam, minat, motivasi, ketakjuban, tekad dan sebagainya. Hal ini didukung dari pendapat Leathers (1976), yang mengatakan bahwa ekspresi wajah merupakan bentuk komunikasi yang mencerminkan :

- a. Penilaian atas perasaan senang dan tidak senang dalam memandang suatu objek atau peristiwa
- b. Tinggi rendahnya minat komunikator kepada komunikan
- c. Menunjukkan temperamental atau tidaknya kepribadian seseorang.

Wajah manusia memiliki kemampuan luar biasa untuk menyampaikan berbagai emosi dan perasaan. Berikut adalah beberapa contoh *facial expression* dalam komunikasi nonverbal:

a. Senyum

- Senyum Hangat. Menunjukkan kegembiraan, kebahagiaan, atau persahabatan.
- Senyum Sambil Menyipitkan Mata. Bisa menandakan kegembiraan yang lebih intens dan tulus.

b. Cemberut atau Wajah Serius

- Cemberut. Dapat menunjukkan ketidaksetujuan, ketegangan, atau kemarahan.
- Wajah Serius. Mungkin mengindikasikan fokus, ketidaksetujuan, atau perasaan yang mendalam.

c. Kesal

Kesal atau Marah. Ekspresi wajah yang menunjukkan kemarahan atau ketidakpuasan.

d. Terkejut

Wajah Terkejut. Ekspresi wajah dengan mata terbuka lebar dan mulut terbuka, menunjukkan kaget atau kejutan.

e. Ketakutan

Ekspresi Takut atau Cemas. Mata melebar, alis naik, dan mungkin ekspresi wajah yang kaku.

f. Ekspresi Sedih

- Mata Berair dan Mulut Tergores ke Bawah. Menunjukkan kesedihan atau kekecewaan.
- Tangisan. Ekspresi yang menunjukkan kesedihan atau penderitaan emosional.

g. Tidak Percaya atau Meragukan

Mengangkat Alis atau Mengkerutkan Dahi. Menunjukkan ketidakpercayaan, keheranan, atau keraguan.

h. Ekspresi Bahagia

Mata Berbinar dan Wajah Cerah. Menunjukkan kebahagiaan, kepuasan, atau kelegaan.

- i. Ekspresi Bosan atau Tidak Berminat
Mata yang Melayang atau Menatap ke Jauh. Menunjukkan kebosanan atau ketidakminatan.
- j. Ekspresi Tertawa
Mengungkapkan Kegembiraan atau Humor. Tertawa dapat menunjukkan bahwa seseorang merasa senang atau menemukan sesuatu lucu.
- k. Ekspresi Kecaman
Mengangkat Satu Alis atau Mengkerutkan Bibir. Menunjukkan ketidaksetujuan atau kecaman.
- l. Ekspresi Keheranan atau Pemahaman
Mengangkat Alis Tanda Pemahaman. Menunjukkan bahwa seseorang sedang mencerna atau memahami informasi.

Ekspresi wajah adalah alat komunikasi yang kuat dan sering kali dapat memberikan informasi yang sangat jelas tentang keadaan emosional seseorang. Penting untuk diingat bahwa ekspresi wajah dapat bervariasi dalam konteks budaya dan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kebiasaan sosial dan norma budaya.

3. Gerakan tangan dan gerakan kepala (*Hand Movement and Head Movement*)

Gerakan tangan (*hand movements*) dan gerakan kepala (*head movements*) adalah dua aspek penting dalam komunikasi nonverbal. Kedua elemen ini dapat memberikan tambahan informasi dan konteks terhadap pesan verbal atau menggantikan kata-kata dalam beberapa situasi. Berikut adalah beberapa contoh dari masing-masing:

Gerakan Tangan (*Hand Movements*)

- a. Isyarat Tangan
 - Mengangkat Jari Tengah. Bisa menjadi tanda ketidaksetujuan atau provokasi.
 - Mengacungkan Jempol. Bisa menunjukkan persetujuan atau keberhasilan.

- Isyarat “OK”. Dalam beberapa budaya, dapat diartikan sebagai baik atau berhasil. Namun, di beberapa tempat, isyarat ini bisa dianggap kurang sopan.
- b. *Gesture Descriptive* (Gestur Deskriptif)
 - Menggambarkan Bentuk atau Ukuran. Gerakan tangan untuk menggambarkan sesuatu yang besar, kecil, tinggi, atau lebar.
- c. Menggunakan Jari untuk Menunjukkan
 - Menunjuk ke Suatu Tempat. Mengarahkan perhatian lawan bicara atau audiens ke suatu hal.
 - Gestur Menggaruk atau Menekankan Poin. Menambahkan penekanan pada poin yang diungkapkan.
- d. Menggunakan Tangan untuk Mendukung Ucapan Bergerak Tangan Secara Sederhana. Menyampaikan pesan dengan cara yang lebih dinamis.
- e. Handshake (Salam Tangan)

Kekuatan dan Kehangatan. Kekuatan dan durasi salaman dapat menyampaikan tingkat kepercayaan dan keintiman.
- f. Tangan Terbuka atau Tertutup
 - Tangan Terbuka. Menunjukkan keterbukaan, kejujuran, dan kepercayaan.
 - Tangan Tertutup. Mungkin menandakan pertahanan atau ketidaksetujuan.

Gerakan Kepala (*Head Movements*)

- a. Mengangguk
 - Anggukan Ringan. Menunjukkan pemahaman atau persetujuan.
 - Anggukan Lebih Kuat. Bisa menandakan keinginan untuk memulai atau melanjutkan sesuatu.
- b. Menggelengkan Kepala.
 - Menggeleng Secara Horizontal. Menunjukkan ketidaksetujuan atau ketidakpuasan.

- Menggelengkan Kepala Saat Tertawa. Dapat menandakan penolakan dalam konteks yang santai atau humor.
- c. *Inclining Head* (Miringkan Kepala)
Miringkan Kepala ke Samping. Dapat menunjukkan ketertarikan atau empati.
- d. Menolehkan Kepala ke Samping atau ke Depan.
Menunjukkan Ketertarikan atau Perhatian. Gerakan ini dapat menunjukkan minat dalam percakapan.
- e. Menggelengkan Kepala Sebagai Tanda Pengertian
Menggelengkan Kepala Sambil Mengerutkan Dahi. Mungkin menunjukkan kebingungan atau keraguan.
- f. Mengangkat Kepala (Head Up)
Kepala Terangkat. Mungkin menunjukkan kepercayaan diri atau kesigapan.
- g. Menundukkan Kepala
Menundukkan Kepala sebagai Tanda Penghargaan atau Hormat. Dapat menunjukkan penghormatan atau rasa malu.

Kedua gerakan tangan dan kepala sangat bergantung pada konteks budaya dan situasional. Misalnya, isyarat tangan tertentu dapat memiliki makna yang berbeda dalam berbagai budaya, dan gerakan kepala yang dianggap sopan di satu tempat mungkin dianggap tidak sopan di tempat lain. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan gerakan tangan dan kepala dalam komunikasi nonverbal

4. Proksemik (*Proxemics*)

Proksemik merupakan bentuk penyampaian pesan komunikasi nonverbal berdasarkan perbedaan waktu, ruang dan jarak antara komunikator dan komunikan. Adapun bentuk-bentuk dari prosemik antara lain :

- a. Proksemik jarak adalah, bahasa jarak sebagai simbol komunikasi yang paling sensitif. Dengan mengatur jarak

- komunikator dan komunikan bisa mengungkapkan intensitas keterlibatannya satu sama lainnya
- b. Proksemik ruang, adalah sejauh mana komunikator ataupun komunikan menginterpretasikan makna dari komunikasi. Misalnya interpretasi ukuran ruang, warna, suhu, cahaya dan jangkauan dimensi ruang
 - c. Proksemik waktu, adalah waktu penggunaan komunikasi secara tepat. Penggunaan komunikasi atas perbedaan waktu menggambarkan sebuah peristiwa yang memberikan makna, maksud dan tujuan tertentu. Misal, cara berkomunikasi seseorang pada siang hari berbeda dengan malam hari, pada malam hari menggunakan suara yang lebih rendah.

Proksemik adalah studi tentang penggunaan dan interpretasi ruang oleh manusia dalam konteks komunikasi. Konsep ini diperkenalkan oleh antropolog Edward T. Hall pada tahun 1960-an dan berkaitan dengan cara manusia menggunakan dan memahami ruang dalam interaksi sosial. Dalam komunikasi nonverbal, proksemik melibatkan pemahaman tentang jarak interpersonal antara individu dalam berbagai konteks. Berikut adalah beberapa konsep utama dalam proxemics:

- a. Proxemics Intim (*Intimate Zone*)
 - Jarak: 0-18 inci (0-45 cm).
 - Jarak ini umumnya terjadi dalam hubungan yang sangat dekat, seperti antara pasangan romantik atau anggota keluarga yang sangat dekat.
 - Kontak fisik dan detail visual sangat intens dalam proxemics intim.
- b. Proxemics Personal (*Personal Zone*)
 - Jarak: 18 inci hingga 4 kaki (45 cm hingga 1.2 meter).
 - Cocok untuk interaksi informal, seperti antara teman atau anggota keluarga yang tidak begitu dekat.

- Jarak ini memberikan ruang pribadi yang lebih nyaman daripada proksemik intim.
- c. Proxemics Sosial (*Social Zone*)
- Jarak: 4 hingga 12 kaki (1.2 hingga 3.7 meter).
 - Cocok untuk situasi sosial yang lebih formal atau hubungan yang lebih profesional.
 - Ini adalah jarak yang umum ditemui dalam berbicara dengan teman sekelas, kolega kerja, atau orang yang kurang dikenal.
- d. Proxemics Publik (*Public Zone*)
- Jarak: 12 kaki atau lebih (3.7 meter atau lebih).
 - Digunakan dalam konteks publik atau formal seperti berbicara di depan umum. Jarak ini memberikan ruang yang lebih besar untuk penghormatan sosial dan ruang pribadi.

Faktor lain yang terkait dengan proxemics melibatkan orientasi tubuh dan posisi relatif antar individu dalam suatu ruang. Beberapa aspek lain proksemik mencakup:

- a. Orientasi Tubuh. Bagaimana seseorang menghadap atau memposisikan diri mereka terhadap orang lain dapat menyampaikan pesan tentang tingkat keterbukaan atau ketertarikan.
- b. Gerakan Tubuh. Bagaimana seseorang bergerak dalam ruang dapat mencerminkan tingkat kenyamanan, kegugupan, atau keintiman.
- c. Penempatan Benda. Penempatan objek seperti meja, kursi, atau benda lainnya dalam suatu ruang dapat memengaruhi dinamika komunikasi dan proksemik.

Penting untuk dicatat bahwa preferensi terhadap proksemik dapat bervariasi antarbudaya. Beberapa budaya mungkin memiliki toleransi yang lebih tinggi terhadap jarak dekat, sementara budaya lain mungkin memprioritaskan ruang pribadi yang lebih besar dalam interaksi sosial. Oleh karena itu,

pemahaman yang baik terhadap proksemik membantu individu berkomunikasi secara lebih efektif dan menghindari pelanggaran ruang pribadi atau norma budaya.

D. RANGKUMAN

1. Komunikasi nonverbal adalah penciptaan atau pertukaran pesan yang tidak menggunakan kata lisan maupun tulisan, melainkan menggunakan bahasa isyarat seperti gerakan tubuh, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak, sentuhan, vokal yang bukan berupa kata-kata dan sebagainya.
2. Fungsi komunikasi nonverbal
 - a. Repetisi, yaitu mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal
 - b. Substitusi, yaitu komunikasi ini cukup untuk mengirim pesan dan tujuan.
 - c. Kontradiksi, menolak pesan verbal atau memberi makna yang lain terhadap pesan verbal.
 - d. Komplemen, yaitu melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal.
 - e. Aksentuasi, yaitu menegaskan pesan verbal atau menggarisbawahinya.
3. Macam- macam komunikasi nonverbal
 - a. Kontak mata (*Eye contact*), adalah aspek penting dari komunikasi nonverbal. Mata dapat menyampaikan banyak informasi tentang perasaan, niat, dan tingkat kenyamanan seseorang.
 - b. Ekspresi wajah (*Facial Expression*), adalah sumber pesan yang kaya dalam suatu komunikasi, karena ekspresi wajah mencerminkan suasana emosi seseorang.
 - c. Gerakan tangan dan gerakan kepala (*Hand Movement and Head Movement*), adalah dua aspek penting dalam komunikasi nonverbal. Kedua elemen ini dapat memberikan tambahan informasi dan konteks terhadap pesan verbal atau menggantikan kata-kata dalam beberapa situasi.

- d. Proksemik (*Proxemics*), merupakan bentuk penyampaian pesan komunikasi nonverbal berdasarkan perbedaan waktu, ruang dan jarak antara komunikator dan komunikan.
4. Komunikasi nonverbal dapat memiliki makna yang berbeda dalam berbagai budaya, di satu tempat mungkin dianggap tidak sopan di tempat lain. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan seluruh jenis-jenis komunikasi nonverbal gerakan tangan dan kepala dalam komunikasi nonverbal

E. TES FORMATIF

1. komunikasi yang tidak menggunakan bahasa lisan maupun tulisan, tetapi menggunakan bahasa kial, bahasa gambar dan bahasa sikap adalah pengertian dari...
 - a) Komunikasi verbal
 - b) Komunikasi nonverbal
 - c) Bahasa isyarat
 - d) Bahasa tubuh
2. Fungsi komunikasi nonverbal yaitu mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal disebut...
 - a) Repetisi
 - b) Substitusi
 - c) Kontradiksi
 - d) Aksentuasi
3. Cemberut dapat menunjukkan ketidaksetujuan, ketegangan, atau kemarahan. Contoh tersebut masuk dalam jenis komunikasi nonverbal bagian...
 - a) Proksemik
 - b) Gerakan wajah
 - c) Ekspresi wajah
 - d) Kontak mata

F. LATIHAN

Jelaskan macam-macam komunikasi nonverbal beserta contohnya !

KEGIATAN BELAJAR 7 MODEL-MODEL KOMUNIKASI

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

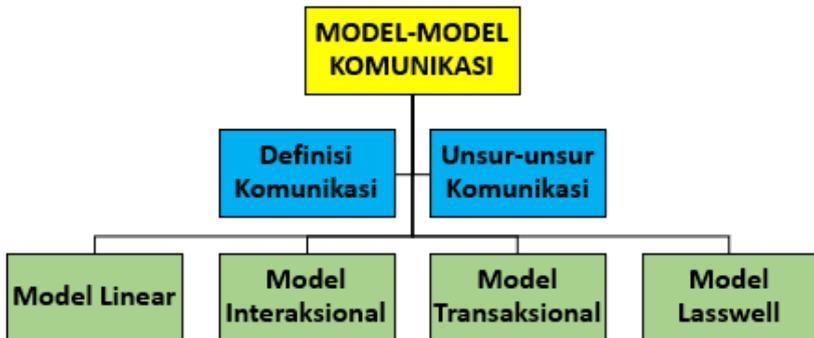
Pada bab ini mahasiswa mempelajari pengenalan dan konsep dasar teoritis model-model komunikasi linear, interaksional, transaksional, dan Lasswell.

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa memiliki pengetahuan dan kemampuan:

1. Mampu menjelaskan pengertian dasar komunikasi
2. Mampu menjelaskan unsur-unsur komunikasi
3. Mampu menjelaskan dan menggambarkan model-model komunikasi

PETA KONSEP PEMBELAJARAN



A. PENGERTIAN DASAR KOMUNIKASI

Secara etimologis atau menurut asal katanya, istilah komunikasi berasal dari Bahasa Latin “*communicatus*” atau “*communicatio*” atau “*communicare*” yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna atau suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan. Secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian itu, jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain.



Gambar 7.1. Proses Komunikasi

Komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat dalam proses komunikasi memiliki kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Jika seseorang mengerti tentang sesuatu yang dinyatakan orang lain kepadanya, maka komunikasi berlangsung. Dengan kata lain, hubungan antara mereka bersifat komunikatif. Sebaliknya, jika ia tidak mengerti, komunikasi tidak berlangsung. Artinya hubungan antara orang-orang itu tidak komunikatif.

Salah satu persoalan didalam memberi pengertian komunikasi, yakni banyaknya definisi yang telah dibuat oleh para pakar menurut bidang ilmunya. Hal ini disebabkan karena banyaknya disiplin ilmu yang telah memberi masukan terhadap perkembangan ilmu komunikasi, misalnya psikologi, sosiologi,

antropologi, ilmu politik, ilmu manajemen, linguistik, matematika, ilmu elektronika dan lain sebagainya.

Sebuah definisi singkat dibuat oleh *Harold. D. Lasswell* bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya. *Everett M. Rogers*, seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi bahwa “komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”. Definisi ini kemudian dikembangkan oleh *Rogers* bersama *D. Lawrence Kincaid* sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa “komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam”.

Dari berbagai definisi tentang ilmu komunikasi tersebut di atas, terlihat bahwa para ahli memberikan definisinya sesuai dengan sudut pandangnya dalam melihat komunikasi. Masing-masing memberikan penekanan arti, ruang lingkup, dan konteks yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa ilmu komunikasi sebagai bagian dari ilmu sosial adalah suatu ilmu yang bersifat multi-disipliner. Berdasarkan beberapa definisi komunikasi di atas, maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media.

B. UNSUR-UNSUR KOMUNIKASI

Komunikasi hanya bisa terjadi jika didukung oleh unsur atau komponen komunikasi. Terdapat beberapa macam pandangan tentang banyaknya unsur atau elemen yang mendukung terjadinya komunikasi. Ada yang menilai bahwa terciptanya proses komunikasi, cukup didukung oleh tiga unsur, sementara ada juga yang menambahkan umpan balik dan lingkungan. Aristoteles, ahli filsafat Yunani Kuno menyebut bahwa suatu proses komunikasi memerlukan tiga unsur yang mendukungnya, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan dan siapa yang mendengarkan. Claude E. Shannon dan Warren Weaver (1949), dua orang insinyur listrik menyatakan bahwa terjadinya proses komunikasi memerlukan lima unsur yang mendukungnya, yakni pengirim, transmitter, signal, penerima dan tujuan. Kesimpulan ini didasarkan atas hasil studi yang mereka lakukan mengenai pengiriman pesan melalui radio dan telepon.

Selain Shannon dan Berlo, juga tercatat Charles Osgood, Gerald Miller dan Melvin L. de Fleur menambahkan lagi unsur efek dan umpan balik (feedback) sebagai pelengkap dalam membangun komunikasi yang sempurna. Kedua unsur ini nantinya lebih banyak dikembangkan pada proses komunikasi antarpribadi (persona) dan komunikasi massa. Perkembangan terakhir adalah munculnya pandangan dari Joseph de Vito, K. Sereno dan Erika Vora yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi.

Kalau unsur-unsur komunikasi yang dikemukakan di atas dilukiskan dalam gambar, maka kaitan antara satu unsur dengan unsur lainnya dapat dilihat seperti berikut:



Gambar 7.2.

1. Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut source, sender atau encoder.

2. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata message, content atau informasi.

3. Media

Media yang dimaksud di sini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi panca

indera dianggap sebagai media komunikasi. Ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektronik.

4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang seringkali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan atau saluran.

Oleh karena itu, mengenal halayakd adalah prinsip dasar dalam berkomunikasi. Karena dengan mengetahui dan memahami karakteristik penerima (khalayak), berarti suatu peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi.

5. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antar apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang (De Fleur, 1982). Karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan.

6. Tanggapan Balik (*feedback*)

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan atau media, meski pesan belum sampai pada penerima. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai ke tujuan. Hal-hal seperti itu menjadi tanggapan balik yang diterima balik yang diterima oleh sumber.

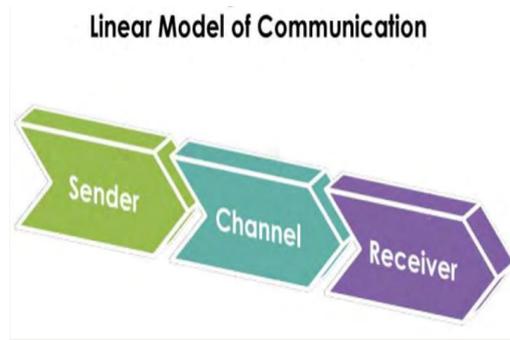
7. Lingkungan

Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis dan dimensi waktu. Lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi, misalnya kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat dan status sosial.

Dimensi psikologis adalah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Misalnya menghindari kritik yang menyinggung perasaan orang lain, menyajikan materi yang sesuai dengan usia khalayak. Sedangkan dimensi waktu menunjukkan situasi yang tepat untuk melakukan kegiatan komunikasi. Banyak proses komunikasi tertunda karena pertimbangan waktu, misalnya musim. Namun perlu diketahui karena dimensi waktu maka informasi memiliki nilai.

C. MODEL KOMUNIKASI LINEAR

Model Komunikasi Linear adalah salah satu model komunikasi yang paling sederhana dan paling awal dalam pengkajian komunikasi. Model ini menggambarkan komunikasi sebagai proses satu arah yang melibatkan pengiriman pesan dari pengirim (*sender*) ke penerima (*receiver*) melalui saluran komunikasi tertentu.



Gambar 7.3. Model Komunikasi Linier

Model komunikasi linear terdiri dari beberapa komponen, yaitu:

1. **Pengirim (*Sender*):** Pengirim adalah individu atau entitas yang memiliki pesan yang ingin disampaikan kepada penerima. Pengirim adalah sumber pesan yang ingin dikomunikasikan.
2. **Pesan (*Message*):** Pesan adalah informasi atau komunikasi yang ingin disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan ini bisa berupa kata-kata tertulis, lisan, atau bahkan nonverbal, seperti gambar atau tanda.
3. **Saluran (*Channel*):** Saluran adalah medium atau cara melalui mana pesan disampaikan dari pengirim ke penerima. Saluran ini bisa berupa percakapan langsung, surat, telepon, email, atau media lainnya.

4. **Penerima (*Receiver*):** Penerima adalah individu atau entitas yang menerima pesan dari pengirim. Tugas penerima adalah memahami dan memproses pesan yang diterima

Dalam model komunikasi linear, komunikasi dianggap sebagai proses yang relatif sederhana, dimana pengirim mengirimkan pesan kepada penerima, dan penerima hanya perlu menerima dan memahami pesan tersebut. Tidak ada interaksi atau respons yang signifikan yang dibahas dalam model ini. Asumsi utama model ini adalah bahwa pesan yang dikirim oleh pengirim akan diterima dengan baik oleh penerima.

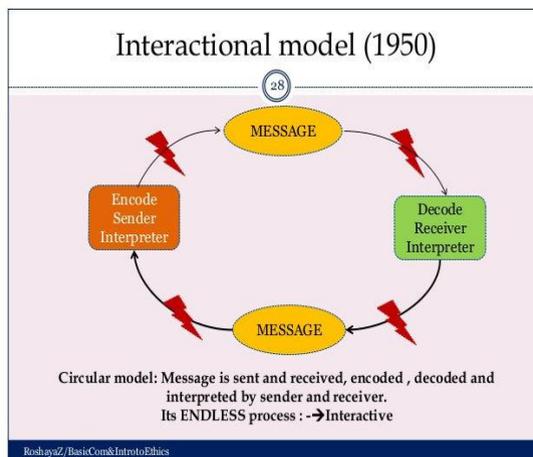
Kelemahan utama dari Model Komunikasi Linear adalah bahwa ia mengabaikan banyak aspek penting dalam komunikasi sehari-hari. Dalam kehidupan nyata, komunikasi sering kali kompleks, melibatkan interaksi, *feedback*, dan banyak faktor yang dapat memengaruhi pemahaman pesan. Model ini tidak mempertimbangkan hambatan komunikasi atau peran pemahaman penerima dalam proses komunikasi.

D. MODEL KOMUNIKASI INTERAKSIONAL

Model Komunikasi Interaksional adalah pendekatan dalam studi komunikasi yang menganggap komunikasi sebagai proses yang melibatkan interaksi dua arah antara pengirim (*sender*) dan penerima (*receiver*). Dalam model ini, penerima memberikan *feedback* kepada pengirim tentang bagaimana pesan diterima dan dipahami. Feedback ini dapat berupa respon verbal atau nonverbal yang membantu memperjelas komunikasi. Dalam model ini, pesan yang dikirim oleh pengirim harus diubah (*encoding*) kedalam format yang dapat dimengerti oleh penerima. Kemudian, penerima melakukan proses *decoding* untuk menginterpretasikan pesan.

Model ini lebih kompleks daripada Model Komunikasi Linear yang mendasarkan komunikasi sebagai proses satu arah. Dalam model ini, kompleksitas komunikasi manusia sering melibatkan lebih dari sekadar pertukaran pesan. Namun, melibatkan juga pemahaman, penafsiran, emosi, dan konteks sosial yang lebih luas.

Dalam Model Komunikasi Interaksional, komunikasi dipahami sebagai proses yang jauh lebih dinamis dan berlapis daripada Model Linear yang sederhana. Model ini memberikan kerangka kerja yang lebih komprehensif untuk memahami bagaimana manusia berkomunikasi, dan mengakui peran pentingnya konteks, interaksi, dan respons penerima dalam membentuk makna pesan. Model ini sering digunakan dalam berbagai konteks, termasuk komunikasi antarpribadi, komunikasi organisasi, dan penelitian media massa.



Gambar 7.4. Model Komunikasi Interaksional

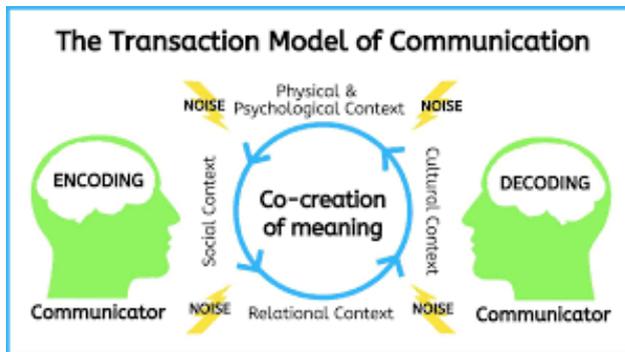
E. MODEL KOMUNIKASI TRANSAKSIONAL

Model komunikasi transaksional dikembangkan oleh Barnlund pada tahun 1920. Model komunikasi transaksional atau *transaccional model of communication* menekankan pada proses

pengiriman dan penerimaan pesan yang berlangsung secara terus menerus. Komunikasi bersifat transaksional mengandung arti bahwa proses tersebut kooperatif, baik pengirim maupun penerima bersama-sama bertanggungjawab terhadap dampak dan efektivitas komunikasi yang terjadi. Keterlibatan kontinu dan interaksi yang dinamis dalam model komunikasi transaksional memperhitungkan peran kompleks dari kedua belah pihak dalam proses komunikasi.

Model transaksional menekankan bahwa komunikasi tidak hanya terjadi melalui kata-kata, tetapi juga melibatkan aspek nonverbal dan konteks sosial yang memengaruhi pemahaman pesan. Ketika seseorang terus-menerus mengirim dan menerima pesan, dia akan berinteraksi pada aspek verbal maupun nonverbal dari pesan tersebut. Pesan tidak hanya dipahami dalam konteks langsungnya, tetapi juga dipengaruhi oleh pesan sebelumnya dan konteks keseluruhan dari interaksi tersebut.

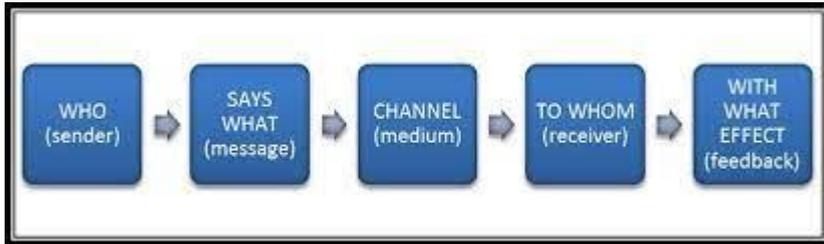
Model komunikasi transaksional menyoroti bahwa segala perilaku merupakan bentuk komunikasi. Model ini menghubungkan komunikasi dengan lingkungan sosial, budaya, dan interaksi antarindividu. Dalam model komunikasi transaksional, komunikasi tidak hanya dipandang sebagai sarana untuk pertukaran pesan, melainkan juga sebagai fondasi dalam membangun suatu hubungan.



Gambar 7.5 Model Komunikasi Transaksional

F. MODEL KOMUNIKASI LASSWELL

Model ini dikemukakan oleh Harold Lasswell, seorang ahli ilmu politik dan komunikasi. Model Komunikasi Lasswell menggambarkan proses komunikasi dan menguraikan unsur-unsur penting dari sebuah proses komunikasi. Model Komunikasi Lasswell banyak diaplikasikan dalam komunikasi massa.



Gambar 7.6. Model Komunikasi Lasswell

Model Komunikasi Lasswell mencakup lima pertanyaan fundamental yang membantu dalam memahami komunikasi, yaitu:

1. **Siapa (Who):** Identitas pengirim pesan. Model ini menyoroti pentingnya mengetahui siapa yang menyampaikan pesan dan bagaimana karakteristik pengirim tersebut memengaruhi pesan yang disampaikan.
2. **Pesan Apa (What):** Isi atau informasi yang disampaikan oleh pengirim. Ini mencakup inti dari apa yang ingin disampaikan oleh pengirim kepada penerima.
3. **Melalui Saluran Apa (Through What Channel):** Media atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Dalam konteks modern, ini bisa mencakup berbagai platform, mulai dari media cetak hingga media sosial dan teknologi digital.
4. **Kepada Siapa (To Whom):** Identitas penerima atau audiens yang dituju oleh pesan. Ini penting karena pesan yang disampaikan bisa berbeda tergantung pada siapa yang menjadi penerima.

5. **Dengan Efek Apa (*With What Effect*):** Dampak atau efek yang diharapkan atau terjadi akibat pesan yang disampaikan. Model ini mengajukan pertanyaan tentang bagaimana pesan yang disampaikan mempengaruhi penerima, apakah berhasil atau tidak dalam mencapai tujuan komunikasi.

Model ini membantu dalam memahami komunikasi secara lebih sistematis dan memberikan kerangka dasar untuk menganalisis proses komunikasi dalam berbagai konteks. Meskipun sederhana, Model Komunikasi Lasswell memberikan landasan yang kuat dalam memahami elemen-elemen inti yang terlibat dalam setiap komunikasi yang terjadi.

G. RANGKUMAN

Model Komunikasi Linear menggambarkan komunikasi sebagai aliran satu arah dari pengirim ke penerima. Dalam model ini, pesan dikirimkan melalui saluran tertentu tanpa memperhatikan tanggapan atau umpan balik dari penerima. Sementara itu, Model Komunikasi Interaksional menggambarkan proses komunikasi sebagai pertukaran pesan di antara dua pihak: pengirim dan penerima. Dalam model ini, pentingnya respons atau umpan balik dari penerima sangat ditekankan. Encoding (pengkodean) pesan oleh pengirim dan decoding (pemaknaan) oleh penerima menjadi pusat perhatian, bersama dengan peran penting konteks dan hubungan interpersonal. Model Komunikasi Transaksional mengubah pandangan komunikasi menjadi proses yang kompleks. Model ini menyoroti bahwa komunikasi terjadi secara simultan dan dinamis di antara dua pihak yang saling berpengaruh. Di sini, pesan tidak hanya dipahami melalui kata-kata tetapi juga dipengaruhi oleh konteks fisik, sosial, dan psikologis yang terus berubah. Komunikasi dipandang sebagai proses yang tidak hanya berlangsung dari A ke B, tetapi sebagai pertukaran yang terus-menerus dengan potensi perubahan peran

dan pesan. Model Komunikasi Lasswell menyederhanakan proses komunikasi menjadi lima pertanyaan kunci: Siapa, Pesan Apa, Melalui Saluran Apa, Kepada Siapa, dan Dengan Efek Apa. Meskipun sederhana, model ini memberikan kerangka analitis untuk memahami komunikasi dengan fokus pada unsur-unsur penting dalam setiap proses komunikasi. Setiap model memiliki keunggulan dan batasannya sendiri dalam menjelaskan dinamika komunikasi. Pemahaman mendalam tentang model-model ini membantu dalam menganalisis dan memahami perbedaan proses komunikasi dalam konteks yang berbeda.

H. TES FORMATIF

1. Jelaskan prinsip dasar dari model komunikasi linear. Apa keuntungan dan kelemahannya dalam menggambarkan proses komunikasi?
2. Bagaimana model-model komunikasi tradisional (seperti model linear, interaksional, dan transaksional) beradaptasi dengan dinamika komunikasi digital saat ini? Apakah model-model tersebut masih relevan dalam konteks komunikasi online?

I. LATIHAN

Ambil sebuah contoh dari kehidupan sehari-hari (misalnya, percakapan di antara dua individu atau interaksi media sosial) dan terapkan salah satu model komunikasi yang telah dipelajari untuk menganalisis proses komunikasi dalam situasi tersebut.

KEGIATAN BELAJAR 8

PERKEMBANGAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

Pada bab ini mahasiswa mempelajari tentang Perkembangan Teknologi Komunikasi. Diharapkan mahasiswa memiliki wawasan dan pemahaman tentang Konsep Dasar Teknologi Komunikasi, Sejarah Teknologi Komunikasi, Revolusi Teknologi Komunikasi, Karakteristik Teknologi Komunikasi, Implikasi Revolusi Teknologi pada Media Komunikasi dan Konvergensi Teknologi Komunikasi.

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan :

1. Mampu menguraikan Konsep Dasar Teknologi Komunikasi
2. Mampu menjelaskan Sejarah Teknologi Komunikasi
3. Mampu menjelaskan Revolusi Teknologi Komunikasi
4. Mampu menjelaskan Karakteristik Teknologi Komunikasi
5. Mampu menjelaskan Implikasi Revolusi Teknologi pada Media Komunikasi
6. Mampu menjelaskan Konvergensi Teknologi Komunikasi.

PETA KONSEP PEMBELAJARAN



A. KONSEP DASAR TEKNOLOGI KOMUNIKASI

Era revolusi industri ditandai dengan berkembangnya perangkat elektronik yang sangat pesat dalam bentuk perangkat keras (*hardware*) yang selalu beriringan dengan munculnya perangkat lunak (*software*). Teknologi yang mengalami pertumbuhan secara signifikan memberi dampak besar dalam tatanan kehidupan sosial masa kini. Perkembangan teknologi komputer yang diikuti dengan kecanggihan alat-alat komunikasi seperti radio, televisi, telepon seluler, smartphone serta tablet PC saling menyatu sehingga proses komunikasi mengalami perubahan secara konstruktif (Almasari dkk,2023).

Teknologi komputer dan teknologi Informasi mempengaruhi proses dan praktik komunikasi dengan adanya berbagai media baru yang digunakan, sehingga terjadi transformasi masyarakat informasi. Potensi perangkat elektronik sangat memungkinkan terjadinya pola interaksi dan proses komunikasi tanpa batas. Sistem komunikasi dengan memanfaatkan perangkat digital terus mengalami evolusi sehingga membuat komunikasi digital semakin berkembang. Pada era digital seperti ini, manusia secara umum

memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba elektronik (Apryanto, 2022).

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) merupakan segala sesuatu yang terkait dengan pemrosesan, manipulasi, pengelolaan transfer informasi antar media komunikasi. Teknologi Informasi dan komunikasi mencakup dua hal yaitu teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Teknologi informasi terdiri atas hal yang berkaitan dengan proses, penggunaan informasi, manipulasi informasi serta penggunaan alat bantu. Sedangkan teknologi komunikasi terkait dengan penggunaan alat bantu komunikasi untuk memproses dan transfer data antar perangkat yang satu dengan yang lain. Fungsi Teknologi informasi dan komunikasi adalah memberikan kemudahan dalam mencari dan mengakses informasi serta memberikan kemudahan dalam berkomunikasi.

Komunikasi elektronik semakin populer sebagai media komunikasi berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk bertukar informasi melalui platform digital. Suatu media perantara yang digunakan untuk melakukan interaksi dan ekspresi dalam diri manusia yaitu dengan menggunakan teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi mempengaruhi berbagai hal seperti cara belajar, cara bekerja, cara berinteraksi dan cara berkomunikasi.

Secara umum proses komunikasi terjadi melalui pertukaran informasi, dengan menggunakan kata, tanda atau simbol yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, baik secara verbal maupun nonverbal. Kemampuan untuk melakukan komunikasi harus dimiliki karena setiap orang mempunyai potensi untuk dapat memberikan ataupun menerima informasi.

Teknologi komunikasi merujuk pada sebuah perangkat yang berupa alat, sistem dan infrastruktur yang digunakan untuk mendukung terjadinya proses komunikasi antar individu, kelompok atau organisasi. Proses komunikasi dengan perangkat

teknologi komunikasi tersebut dapat mengirim, menyampaikan, menerima, memproses, mengedit, mengolah serta memanipulasi informasi menjadi sesuatu hal yang berarti dan bermakna bagi penggunanya.

Secara terminologi, teknologi komunikasi merupakan cara melakukan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan dengan bantuan alat (*hardware*) dan akal (*software*) sehingga seakan-akan memperpanjang, memperkuat atau membuat lebih ampuh anggota tubuh, panca indra dan otak manusia (Iskandar, 2019). Teknologi komunikasi merupakan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses dan melakukan saling tukar informasi dengan individu lain (Rogers, 2015). Menurut Grant :1995 teknologi komunikasi merupakan sistem syaraf pada masyarakat kontemporer dalam mengirimkan, mendistribusikan dan mengendalikan informasi dengan menghubungkan banyak medium yang terpisah (kamera, video, internet, surat, telepon, musik, yang sebelumnya terpisah dalam satu perangkat).

Beberapa ciri teknologi komunikasi, yaitu (1). Teknologi komunikasi adalah alat berupa *hardware* dan *software*; (2). Teknologi komunikasi dilahirkan oleh sebuah struktur ekonomi, sosial dan politik; (3). Teknologi komunikasi membawa nilai-nilai dari struktur yang melahirkannya; (4). Teknologi komunikasi berfungsi meningkatkan kemampuan indra manusia (Kurnia, 2021).

Teknologi komunikasi mempunyai tujuan utama untuk meningkatkan efisiensi, kecepatan dan kualitas komunikasi, sehingga memungkinkan setiap individu untuk terhubung dan berinteraksi dengan individu lain dengan mudah dan efektif. Berkat sistem teknologi komunikasi yang semakin canggih, maka proses komunikasi juga semakin mudah dan murah untuk dilakukan. Ketersediaan fitur kamera pada telepon seluler dan

smartphone serta munculnya berbagai aplikasi yang menyediakan layanan *video call*, memfasilitasi proses komunikasi yang dapat dilakukan kapan saja, dengan siapa saja dan dimana saja.

Berbagai jenis perangkat, alat dan media yang terdapat dalam teknologi komunikasi adalah:

1. Internet

International Networking merupakan jaringan global yang menghubungkan berbagai perangkat komputer dengan telepon seluler melalui satelit. Internet sangat memungkinkan terjadinya pertukaran data, informasi serta komunikasi secara online. Berdasarkan survei Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah penduduk Indonesia yang terkoneksi internet pada tahun 2023 sebesar 215 juta jiwa dari total populasi 275 juta jiwa penduduk Indonesia tahun 2022. Tingkat penetrasi internet tahun 2023 sebesar 78.19%, mengalami peningkatan sebesar 1.17% dibandingkan pada tahun 2022 yang sebesar 77.02% (“Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia,” 2023.).

2. Telekomunikasi

Adanya penemuan telegraf yang diikuti dengan berkembangnya telepon merupakan cikal bakal terjadinya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Teknologi informasi dan teknologi komunikasi memberikan kemudahan dalam melakukan komunikasi jarak jauh dengan mudah dan cepat. Sekarang komunikasi digital memberikan akses untuk berkomunikasi melalui jejaring sosial yang ada pada *smartphone* pada semua orang di seluruh dunia. Perangkat telekomunikasi digunakan untuk mentransmisikan, menerima dan memproses sinyal atau informasi komunikasi. Telekomunikasi melibatkan teknologi untuk mentransmisikan data, suara dan sinyal lainnya melalui jarak jauh seperti telepon, radio dan televisi.

3. Perangkat seluler

Telepon seluler merupakan alat komunikasi yang paling efektif untuk melakukan komunikasi jarak jauh. Ketersediaan fasilitas dan fitur yang dimiliki perangkat telepon seluler, seperti kamera untuk merekam gambar, potret, aplikasi musik, aplikasi video multimedia bahkan aplikasi untuk menonton televisi, menjadikan perangkat ini menjadi *user friendly*, sehingga digunakan secara mudah, nyaman dan menarik.

4. Media sosial

Media sosial merupakan alat komunikasi elektronik yang sangat berkembang dan populer, karena hampir semua orang menggunakan media sosial. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi tetapi juga digunakan oleh perusahaan sebagai media pemasaran. Media sosial merupakan sebuah media online yang beroperasi dengan bantuan teknologi berbasis web yang membuat perubahan dalam hal komunikasi yang dahulu hanya dapat satu arah dan berubah menjadi dua arah atau dapat disebut sebagai dialog interaktif (Nabila, 2020). Jumlah pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta pada Januari tahun 2023, atau setara dengan 60.4% dari populasi penduduk. (Data Indonesia, 2023.) Platform media sosial seperti *facebook*, *twitter* dan *instagram* yang memfasilitasi berbagi informasi, interaksi sosial dan pembentukan komunitas online.

5. Aplikasi Pesan Instan

Pesan instan (PI) atau *instan messenger* (IM) merupakan komunikasi teks berbasis internet antara dua orang atau lebih dengan bertukar informasi secara *real time* yang menggunakan aplikasi yang sama. Pesan instan memberikan kemudahan dalam penyebaran informasi secara akurat dalam berbagai aktifitas, seperti hiburan,

pendidikan, bisnis dan lain-lain. Setiap orang memiliki aktifitas yang berbeda-beda dalam memilih dan menggunakan pesan instan. Hal tersebut disebabkan karena setiap orang memiliki latar belakang yang berbeda-beda pula, seperti berdasarkan tingkatan umur, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, tempat tinggal dan lainnya. Beberapa aplikasi pesan instan yang banyak digunakan masyarakat secara umum adalah *whatsapp*, *telegram* dan *LINE* yang memungkinkan terjadinya pertukaran teks, suara dan gambar secara instan.

6. *Electronic Mail (email)*

Electronic Mail merupakan surat elektronik dalam internet untuk mengirim dan menerima pesan tulisan dan lampiran. Mulai proses penulisan, pengiriman, penerimaan sampai pada pembacaan email semuanya dilakukan secara elektronik melalui jaringan internet. Kehadiran teknologi komunikasi internet membuat kegiatan surat menyurat menjadi lebih mudah dan cepat. Terdapat beberapa fungsi email adalah untuk mendaftar pada akun media sosial dan situs lainya, dapat mengirim lampiran berupa dokumen, photo dan video, sebagai syarat pengaktifan *smartphone* dengan merek tertentu, sebagai promosi barang atau jasa serta merupakan sarana komunikasi yang cukup efektif dan efisien.

7. *Video call dan Konfrensi*

Aplikasi dan layanan video call dan konfrensi memungkinkan pertemuan virtual dengan menggunakan video untuk berkomunikasi secara langsung. Alat teknologi komunikasi ini merupakan jenis komunikasi sinkron yang secara *real time* melalui panggilan video, mendengarkan suara dan bertatap muka langsung dengan lawan bicara melalui layar *smartphone*, komputer atau alat komunikasi digital lainnya.

8. Kecerdasan Buatan

Kecerdasan buatan yang dikenal dengan istilah *Artificial Intelligence* diterapkan dalam sistem komunikasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna seperti pengenalan suara dan pemrosesan Bahasa alami (*Natural Language Processing*). Kecerdasan buatan merupakan teknologi elektronik tingkat tinggi yang dirancang untuk membuat komputer untuk melakukan hal-hal yang pada saat ini dapat dilakukan oleh manusia (Aini, 2013).

B. SEJARAH TEKNOLOGI KOMUNIKASI

Inovasi teknologi komunikasi merupakan suatu siklus yang secara terus menerus berkembang seiring dengan berjalannya waktu, yang membawa perubahan dalam proses komunikasi sehari-hari. Sejarah perkembangan teknologi komunikasi merupakan serangkaian inovasi dengan penemuan yang memungkinkan terjadinya komunikasi secara efektif dan efisien. Perangkat atau media sebagai produk dan teknologi dalam masyarakat dalam perkembangannya saling mempengaruhi satu sama lain. Perkembangan media pada masyarakat dapat dilihat sejak peradaban manusia muncul yaitu *agricultural society*, *industrial society* dan *information society*.

Terdapat beberapa peristiwa penting dalam sejarah perkembangan teknologi komunikasi, yang dimulai dengan sistem *semaphores* pada 500 Sebelum Masehi. Pada waktu itu orang Yunani mengirim sinyal-sinyal visual dengan menggunakan bendera atau tangan yang membentuk kata atau frase untuk berkomunikasi melintasi jarak yang jauh. Era Komunikasi menurut Everett M. Roger yaitu:

1. **Era Komunikasi Tulisan:** era komunikasi tulisan terjadi pada 3000 sebelum masehi, bangsa Sumeria menulis dalam lembaran tanah liat dengan *piktograf* atau huruf paku. Selanjutnya pada 2900 sebelum masehi bangsa Mesir mulai

menulis dengan *hieroglyph*. Kemudian bangsa cina menemukan kertas, tinta dan alat cetak press sederhana berbahan kayu.

2. **Era Komunikasi Cetak:** pada tahun 1466 *Gutenberg* menemukan alat mesin cetak (metal) yang disebut *hand press*. Kemudian pada tahun 1833 terdapat penerbitan surat kabar *penny press* yang pertama dengan nama *The New York Sun/Penny Press*. Selanjutnya pada tahun 1839 *Daguerre* menemukan metode fotografi yang praktis untuk surat kabar.
3. **Era Telekomunikasi:** mulai terjadi pada tahun 1844 dengan *Samuel Morse* mengembangkan sistem telegraf elektrik yang menggunakan kode morse untuk mentransmisikan pesan melalui kabel dengan menggunakan sinyal-sinyal elektrik. Kemudian pada tahun 1876 *Alexander Graham Bell* mengirimkan pesan melalui telepon, yang memungkinkan pengiriman suara melalui kabel dengan cara yang lebih langsung daripada telegraf. Selanjutnya pada tahun 1895 *Guglielmo Marconi* mengembangkan teknologi radio yang memungkinkan transmisi nirkabel sinyal suara dan pesan telegraf melalui gelombang radio. Pada tahun 1941, terjadi siaran televisi pertama, televisi sudah mulai dikembangkan sebagai alat komunikasi visual yang memungkinkan penyiaran gambar bergerak secara elektronik.
4. **Era komunikasi interaktif**, dimulai pada sekitar tahun 1946 cikal bakal perkembangan Komputer (ENIAC) yang membawa kemajuan dalam pemrosesan data. Kemudian pada tahun 1960-an Departemen Pertahanan Amerika Serikat mengembangkan ARPANET, yang menjadi dasar berkembangnya INTERNET. Pada tahun 1970 pengembangan teknologi satelit yang memungkinkan komunikasi global yang lebih luas dan lebih cepat. Selanjutnya pada tahun 1975, berkembang komputer

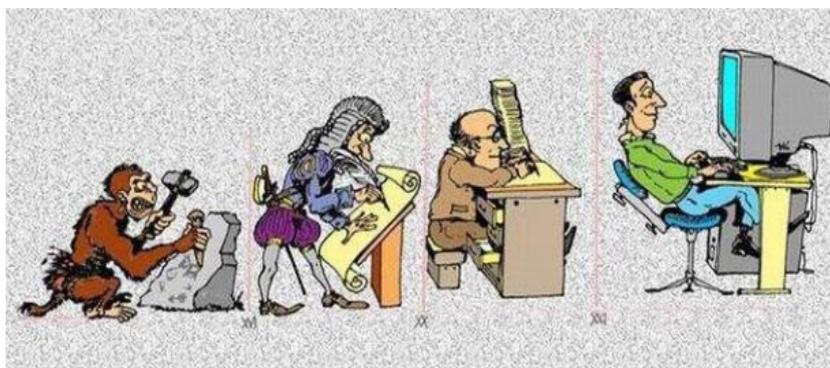
pribadi yang dikenal dengan *Personal Computer* (PC). Pada tahun 1980-an telepon seluler komersial mulai tersedia dan berkembang pesat seiring waktu dalam bentuk menjadi lebih kecil dan lebih canggih. Selanjutnya pada 1990 penemuan *World Wide Web* (WWW) yang mempercepat perubahan media, juga berkembang internet secara publik yang memberikan akses global ke informasi sehingga memungkinkan terjadinya komunikasi online dan pesan instan (Rogers, 2015). Kemudian *smartphone* berkembang pada tahun 2000-an menjadi populer dengan kemampuan internet, aplikasi dan fitur yang semakin canggih.

Pada sekitar tahun 2010 terjadi perkembangan teknologi internet tingkat tinggi dengan kecepatan 5G memberikan akses internet yang lebih cepat dan mendukung aplikasi baru berbasis *Internet of Things* (IoT). Pada tahun 2020 berkembang teknologi Kecerdasan Buatan dan *Realitas Virtual* yang dikenal dengan *Artificial Intelengence* (AI) yang memperkaya cara berinteraksi dan berkomunikasi berbasis komputer cerdas. Teknologi kecerdasan buatan dapat melakukan hal yang lebih baik daripada yang dilakukan manusia (Sulistiyowati, 2021). Kecerdasan buatan bertugas yang meliputi pemahaman Bahasa alami, pengenalan suara, pengambilan keputusan, pemecahan masalah, pembelajaran dari pengalaman dan kemampuan untuk mengadaptasi diri terhadap situasi yang berubah-ubah.(Almasari dkk,2023.).

C. REVOLUSI KOMUNIKASI

Revolusi komunikasi merujuk pada perubahan yang mendalam terkait dengan cara berkomunikasi dan bertukar informasi yang disebabkan dengan perkembangan teknologi. Menurut Schramm (1988) revolusi komunikasi merupakan bagian dari serangkaian perubahan yang berlangsung dalam sejarah kehidupan manusia (Nuryanto,2021). Jadi revolusi komunikasi adalah salah satu dari

sekian revolusi yang terjadi di berbagai bidang, yakni revolusi politik, pertanian, pendidikan dan industri. Gambaran revolusi komunikasi menurut Schramm adalah (a). bahasa lisan ke tulisan sekurang-kurangnya terjadi selama 5 juta tahun; (b). tulisan ke media cetak terjadi sekitar 5000 tahun; (c). media cetak ke media audio visual, fotografi, telepon, rekaman suara, radio, televisi terjadi sekitar 500 tahun; (d). media visual ke komputer modern terjadi kurang dari 50 tahun.



Gambar 8.1. Revolusi Komunikasi SCHRAMM

D. KARAKTERISTIK TEKNOLOGI KOMUNIKASI

Menurut Ploman (1981) terdapat tiga karakteristik perkembangan teknologi komunikasi yaitu:

1. **Adanya kebebasan dan kesempatan memilih diantara berbagai metoda dan alat untuk melayani kebutuhan manusia dalam komunikasi.** Pada masa lalu, untuk melakukan proses komunikasi hanya tersedia alat tertentu saja, dengan model konvensional, susah dan mahal. Dengan berkembangnya teknologi komunikasi sekarang tersedia berbagai sarana dan media serta metode penggunaan dengan mudah dan murah. Contoh komunikasi tradisional yang dulu pernah dilakukan adalah memberi kabar dengan mengirim surat atau telegram melalui

pos/kurir. Cara konvensional dengan berkirim surat melalui pos sudah ditinggalkan. Walau sudah bisa berkabar dengan perangkat telepon namun belum merata. Sekarang proses interaksi yang banyak dilakukan adalah dengan email, smartphone, media sosial.

2. Kemungkinan mengkombinasikan teknologi, metoda dan sistem-sistem yang berbeda dan terpisah selama ini.

Konvergensi teknologi yang berbeda dan terpisah menjadi satu kesatuan, sangat memberikan kemudahan dalam teknologi komunikasi. Media massa seperti surat kabar, televisi, radio dan majalah menyatu dengan teknologi komputer dan internet. Surat kabar atau koran sudah dalam bentuk *hypertext* dan berbasis web, misal *detik.com*, *kompas.com*, *tempointeraktif.com* dan lain-lain.

3. Kecenderungan kearah desentralisasi, individualisasi dalam konsep dan pola pemakaian teknologi komunikasi.

Ketersediaan berbagai alat dan media menjadikan penggunaan teknologi komunikasi tidak berpusat pada satu perangkat, sehingga khalayak sudah tidak akan tergantung pada satu media. Namun konsep desentralisasi mengakibatkan hilangnya kontrol dari pemerintah terhadap informasi-informasi yang mengalir karena munculnya media dan alternatif informasi. Konsep individualisasi dan teknologi komunikasi terjadi karena setiap individu dapat memiliki lebih dari satu media dalam satu perangkat. Misal Ketika memiliki *Personal Computer* (PC) maka seseorang dapat menyimpan file, film, majalah, mendengarkan musik, menonton video, televisi dan lain-lainnya dengan koneksi jaringan listrik dan internet.

Karakteristik Teknologi Komunikasi baru adalah (1). *Interactivity* merupakan kualitas proses komunikasi sesuai

dengan harapan pelaku komunikasi, sehingga proses komunikasi yang berlangsung lebih menarik, lebih akurat, efektif dan menyenangkan. (2) *De-massified* kemampuan individu untuk menyampaikan informasi ke banyak penerima pesan. (3) *Asynchronous* merupakan kemampuan ketepatan individu untuk mengirim dan menerima pesan pada waktu yang tepat (Muhammad Noza Abdullah, 2017.).

E. IMPLIKASI REVOLUSI TEKNOLOGI PADA MEDIA KOMUNIKASI

Revolusi teknologi pada media komunikasi telah membawa berbagai implikasi signifikan yang mempengaruhi cara berinteraksi dengan informasi, berkomunikasi dan mengakses berita. Terdapat beberapa implikasi utama revolusi teknologi pada media komunikasi, yaitu:

1. **Akses dan penyebaran Informasi:** Teknologi memperluas akses terhadap informasi, setiap individu dapat mengakses berita dan konten informatif melalui berbagai platform digital, termasuk situs web berita, aplikasi berita dan media sosial.
2. **Kecepatan dan *Realtime Reporting*:** Berita dapat disampaikan secara cepat dan *real time*. Live streaming, notifikasi push dan media sosial memungkinkan pengguna untuk mengikuti peristiwa secara langsung dan mendapatkan informasi terbaru.
3. **Partisipasi dan Interaktivitas:** Media sosial memungkinkan partisipasi langsung dari pengguna, kemudian bisa memberikan tanggapan, berbagi pendapat dan berpartisipasi dalam forum diskusi online, menciptakan ruang interaktivitas yang tidak terdapat pada media tradisional.
4. **Globalisasi Informasi:** Revolusi teknologi memungkinkan penyebaran informasi secara global. Informasi dan berita

dapat diakses oleh pengguna dari seluruh dunia, membawa pemahaman global dan perspektif yang lebih luas.

5. **Pembentukan Opini Publik:** Media sosial mempunyai peran besar dalam membentuk opini publik. diskusi online, kampanye dan *trending topic* dapat mempengaruhi cara orang memandang isu-isu tertentu.
6. **Desinformasi dan Keamanan Informasi:** Teknologi juga memunculkan tantangan, seperti desinformasi dan berita palsu. Keamanan informasi menjadi semakin penting untuk melindungi kebenaran dan integritas informasi.
7. **Perubahan Model Bisnis Media:** Perubahan dalam perilaku konsumen media telah mempengaruhi model bisnis tradisional. Pemasukan dari iklan telah beralih dari media cetak dan televisi ke platform digital, sehingga mengubah dinamika ekonomi media.
8. **Kehadiran Citizen Journalism:** Teknologi memungkinkan pengguna berperan sebagai jurnalis. Foto dan video yang diambil oleh individu dapat berkontribusi pada liputan berita dan mengungkap kejadian yang mungkin tidak diketahui dengan media tradisional.
9. **Personalisasi Konten:** Algoritma dan teknologi personalisasi memungkinkan platform untuk menyesuaikan berita dan informasi yang sesuai dengan preferensi dan perilaku pengguna, serta meningkatkan relevansi dan pengalaman pengguna.
10. **Pentingnya visual dan Multimedia:** Tren konten visual dan multimedia mendominasi media digital. Video, gambar dan grafik disajikan secara menarik dan menyenangkan perhatian pengguna.
11. **Mobile Journalism:** Reporter dapat menggunakan perangkat mobile untuk merekam dan melaporkan berita secara langsung dari lapangan, memungkinkan keterlibatan dan liputan secara cepat.
12. **Evolusi Gaya Naratif:** Media digital memunculkan gaya naratif yang berbeda, termasuk format pendek dan *Thread*

Twitter yang merubah cara cerita dan informasi yang disampaikan.

- 13. Dampak pada Profesionalisme Jurnalis:** Adopsi teknologi baru berdampak pada jurnalisme dan pers. Etika, kepercayaan dan standar jurnalisme menjadi sorotan penting.

F. KONVERGENSI TEKNOLOGI KOMUNIKASI

Pada tahun 1990-an sudah mulai berkembang konvergensi teknologi yang dikenal sebagai konvergensi digital dengan kecenderungan berbagai platform teknologi yang awalnya tidak saling berkaitan menjadi terintegrasi. Era konvergensi teknologi komunikasi adalah periode ketika berbagai perangkat komunikasi bergabung, menyatu dan saling mempengaruhi. Hal tersebut menghasilkan integrasi yang lebih erat antar layanan, perangkat dan media komunikasi yang sebelumnya beroperasi secara terpisah. Konvergensi teknologi komunikasi memicu munculnya konvergensi media yang merupakan suatu konsep yang mengubah banyak praktik pada komunikasi di era kontemporer. Konvergensi media berbicara tentang proses dengan teknologi baru diakomodasi oleh media, industri komunikasi dan budaya (Silalahi, 2023). Era konvergensi ini menciptakan transformasi besar terhadap cara berkomunikasi, bekerja dan berinteraksi dengan teknologi. Meskipun memberikan keuntungan besar, era konvergensi juga memunculkan tantangan baru terkait dengan keamanan, privasi dan dampak sosial. Beberapa ciri konvergensi teknologi komunikasi adalah sebagai berikut:

- 1. Multifungsi perangkat:** perangkat komunikasi elektronik seperti telepon seluler, *smartphone*, tablet mempunyai fungsi ganda bahkan lebih, seperti menggabungkan fungsi telepon, kamera, video, pemutar musik, jam tangan, navigator *Global Positioning System* (GPS) serta akses internet dalam satu perangkat (Almasari dkk, 2023)

2. **Layanan Terpadu:** konvergensi dengan integrasi layanan komunikasi seperti suara, gambar, data, video terdapat dalam satu platform aplikasi dengan mengakses layanan-layanan tersebut dalam perangkat tunggal.
3. **Konvergensi Jaringan:** pulsa telepon dan jaringan data merupakan jaringan tradisional menyatu dan terintegrasi dalam infrastruktur jaringan yang lebih terpadu.
4. **Media digital menyatu:** penggabungan media televisi dan radio dengan media digital memungkinkan untuk mengakses berbagai layanan melalui berbagai platform termasuk mengakses internet dan perangkat *mobile*.
5. **Pertumbuhan internet dan layanan *cloud*:** layanan internet dan penyimpanan *cloud* menyatukan data dan aplikasi yang memungkinkan akses yang mudah dan terpadu ke informasi dari berbagai perangkat.
6. **Perkembangan aplikasi *mobile*:** aplikasi *mobile* menjadi inti dari konvergensi karena perangkat *mobile* menyediakan berbagai layanan dan fungsi yang dapat diakses dari ujung jari pengguna melalui perangkat seluler.
7. ***Internet of Things (IoT)* :** integrasi perangkat dan objek dengan internet berbasis IoT memungkinkan berbagai perangkat saling terhubung dan berbagi data dalam rangka peningkatan layanan.
8. **Teknologi 5G:** pengembangan teknologi 5G memberikan konektivitas yang lebih cepat dan kapasitas yang lebih besar sangat mendukung perkembangan IoT dengan layanan berbasis *cloud computing*
9. **Augmented dan Virtual Reality:** *Virtual Reality (VR)* dan *Augmented Reality (AR)* diintegrasikan dalam berbagai platform komunikasi seperti komunikasi sinkron video call

dan media sosial, menciptakan pengalaman yang lebih *immersive* melalui pelatihan pengalaman dengan mensimulasikan dunia nyata.

- 10. Artificial Intelligence (AI):** pengembangan teknologi kecerdasan buatan memainkan peran dalam mempersonalisasi layanan, analisis data dan pengalaman pengguna yang lebih canggih.

G. RANGKUMAN

Berdasarkan uraian di atas yang di mulai dari konsep dasar teknologi komunikasi, Sejarah teknologi komunikasi, revolusi komunikasi, karakteristik teknologi komunikasi, implikasi teknologi pada media komunikasi, dan konvergensi teknologi komunikasi. Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) merupakan segala sesuatu yang terkait dengan pemrosesan, manipulasi, pengelolaan transfer informasi antar media komunikasi. Teknologi Informasi dan komunikasi mencakup dua (2) hal yaitu teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Teknologi informasi terdiri atas hal yang berkaitan dengan proses, penggunaan informasi, manipulasi informasi serta penggunaan alat bantu. Sedangkan teknologi komunikasi terkait dengan penggunaan alat bantu komunikasi untuk memproses dan transfer data antar perangkat yang satu dengan yang lain. Secara terminologi, teknologi komunikasi merupakan cara melakukan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan dengan bantuan alat (*hardware*) dan akal (*software*) sehingga seakan-akan memperpanjang, memperkuat atau membuat lebih ampuh anggota tubuh, panca indra dan otak manusia. Teknologi komunikasi merupakan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses dan melakukan saling tukar informasi dengan individu lain. Teknologi komunikasi merupakan sistem syaraf pada masyarakat kontemporer dalam mengirimkan, mendistribusikan dan

mengendalikan informasi dengan menghubungkan banyak medium yang terpisah (kamera, video, internet, surat, telepon, musik, yang sebelumnya terpisah dalam satu perangkat). Sejarah perkembangan teknologi komunikasi terdiri atas tiga era yaitu era komunikasi tulisan, era komunikasi cetak, era komunikasi telekomunikasi dan era komunikasi interaktif. Revolusi komunikasi terdiri atas bahasa lisan ke tulisan sekurang-kurangnya terjadi selama 5 juta tahun; tulisan ke media cetak terjadi sekitar 5000 tahun; media cetak ke media audio visual, fotografi, telepon, rekaman suara, radio, televisi terjadi sekitar 500 tahun; media visual ke komputer modern.

H. TES FORMATIF

1. Jenis perangkat, alat dan media yang terdapat dalam teknologi komunikasi adalah?
 - a) Internet
 - b) Telepon seluler
 - c) Media sosial
 - d) Electronic Mail (email)
 - e) Benar semua

2. Implikasi teknologi pada media komunikasi, kecuali ?
 - a) Akses dan penyebaran informasi
 - b) Kecepatan dan real time reporting
 - c) Globalisasi Informasi
 - d) Pembentukan opini publik
 - e) Desinformasi dan keamanan data
 - f) *Augmented Reality* (AR)

I. LATIHAN

Berikan beberapa contoh alat atau perangkat hardware dan perangkat lunak aplikasi atau software yang saat ini digunakan

dalam kehidupan sehari-hari untuk melakukan proses interaksi dan komunikasi dalam menyampaikan informasi atau berita ke penerima, jelaskan!

KEGIATAN BELAJAR 9 KOMUNIKASI PEMBANGUNAN

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

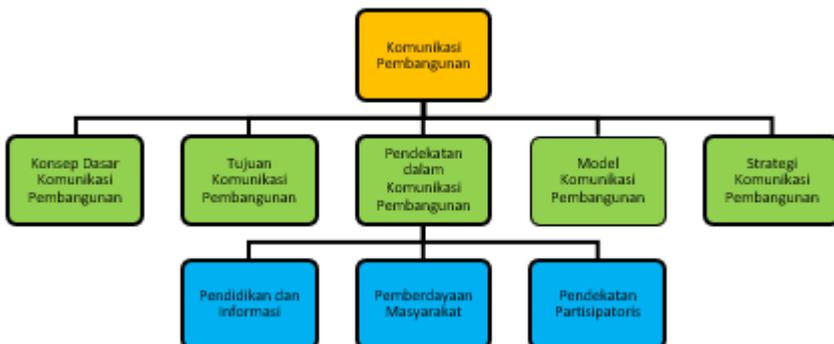
Pada bab ini mahasiswa mempelajari konsep dasar komunikasi pembangunan, tujuan dan ruang lingkup komunikasi Pembangunan, pendekatan dalam komunikasi pembangunan, model komunikasi pembangunan, dan strategi dalam komunikasi pembangunan

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan :

1. Mampu menjelaskan konsep dasar komunikasi Pembangunan
2. Mampu menjelaskan tujuan komunikasi pembangunan
3. Mampu menjelaskan pendekatan dalam komunikasi pembangunan
4. Mampu menjelaskan model komunikasi pembangunan
5. Mampu menjelaskan strategi dalam komunikasi pembangunan

PETA KONSEP PEMBELAJARAN



A. KONSEP DASAR KOMUNIKASI PEMBANGUNAN

Sejak penghujung 60-an, di kalangan ilmu komunikasi telah berkembang suatu spesialisasi mengenai penerapan teori dan konsep komunikasi secara khusus untuk keperluan pelaksanaan program pembangunan. Pengkhususan itu kemudian dikenal dengan sebutan komunikasi pembangunan. Pada mulanya langkah konkrit pengkhususan itu diprakarsai oleh kalangan jurnalis, mereka menggunakan istilah Jurnalisme Pembangunan. Adapun niat yang mendorong para pelopornya ketika itu adalah keinginan untuk melaksanakan kebijakan pemberitaan yang mendukung peliputan pembangunan (*development reporting*).

Pada masa yang kurang lebih bersamaan dikenal pula apa yang disebut sebagai komunikasi penunjang pembangunan (*development support communication*) yang bersumber dari kalangan badan PBB: United National Development Programme (UNDP) di Bangkok. Cikal bakal lain bagi tumbuhnya komunikasi pembangunan adalah disiplin ilmu komunikasi pertanian di University of Philipine, Los Banos. Belakangan, ada pula yang mengajukan periklanan pembangunan atau *development advertising*. Kegiatan itulah yang kemudian meluas dan dicakup dalam konsep dan praktek komunikasi pembangunan seperti yang berkembang pada masa sekarang.

Ketiganya saling berpautan satu sama lain, karena memang merupakan hasil dari suatu pencarian akan misi dan metode komunikasi yang lebih sesuai dengan keadaan masyarakat miskin yang berjuang menuju suatu kehidupan yang lebih baik.

Komunikasi pembangunan terdiri dari dua konsep, yaitu komunikasi dan pembangunan. Secara sederhana komunikasi diartikan sebagai proses penyampaian pesan yang memiliki makna dari seseorang atau lebih kepada orang lain dengan tujuan untuk memengaruhi atau menciptakan saling pengertian. Sedangkan pembangunan adalah suatu tindakan ke arah

perkembangan (*developing*), kemajuan (*progress*), dan pertumbuhan (*growth*) ke arah pola hidup dan nilai-nilai manusia yang lebih baik untuk meningkatkan kondisi kehidupan masyarakat. Dengan demikian, komunikasi Pembangunan diartikan sebagai aktivitas manusia yang membawa informasi tentang ide, benda, tempat, orang, dan kebijakan melalui mana manusia memahami orang lain dan juga dipahami oleh orang lain.

B. TUJUAN KOMUNIKASI PEMBANGUNAN

Komunikasi pembangunan mengejar hasil yang diarahkan. Sasaran utama komunikasi pembangunan adalah meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui perubahan dalam ranah sosial dan politik. Oleh karena itu, fokus komunikasi pembangunan tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi semata, namun juga pada aspek-aspek seperti nilai-nilai sosial, politik, budaya, dan moral, yang memperkaya kehidupan seseorang dan menciptakan keutuhan serta kesempurnaan melalui pengembangan potensi, baik yang dimiliki oleh individu maupun yang ada dalam lingkungannya.

Tujuan terakhir dari komunikasi pembangunan adalah menghapuskan rintangan yang menghalangi masyarakat agar menjadi lebih merata dan terlibat secara aktif untuk meningkatkan kualitas hidup penduduk. Hal ini meliputi peningkatan pendapatan dan kesejahteraan, penghapusan ketidakadilan sosial, dukungan untuk perubahan dalam pertahanan dan kebebasan berbicara, serta pembangunan pusat-pusat komunitas untuk keperluan rekreasi dan hiburan.

Dalam konteks ini, esensi dari tujuan komunikasi pembangunan adalah transformasi. Transformasi ini melibatkan tiga aspek, yaitu: transformasi pengetahuan, transformasi sikap, dan transformasi perilaku. Penentuan prioritas di antara ketiga aspek perubahan ini

bergantung pada situasi individu atau kelompok yang menjadi target serta metode yang digunakan dalam strategi perubahan.

C. PENDEKATAN DALAM KOMUNIKASI PEMBANGUNAN

1. Pendidikan dan Informasi

Pendekatan pendidikan dan informasi berfokus pada penyediaan pengetahuan, keterampilan, dan informasi kepada audiens target. Pendekatan ini mengakui pentingnya memberdayakan individu melalui pendidikan dan meningkatkan kesadaran mengenai isu-isu pembangunan. Melibatkan penyebaran informasi yang dapat dipercaya, penyelenggaraan lokakarya, program pelatihan, dan kampanye untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman. Dengan memberikan akses terhadap informasi, praktisi pembangunan berusaha memberdayakan individu untuk mengambil keputusan yang berdasarkan informasi dan mengambil inisiatif dalam pembangunan diri mereka sendiri.

2. Pemberdayaan Masyarakat

Pendekatan pemberdayaan masyarakat menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pembangunan. Ini mengakui bahwa masyarakat memiliki pengetahuan, sumber daya, dan kapasitas berharga yang dapat berkontribusi pada hasil pembangunan. Pendekatan ini mendorong partisipasi, keterlibatan, dan kepemilikan masyarakat dengan melibatkan mereka dalam proses pengambilan keputusan, perencanaan, dan implementasi inisiatif pembangunan. Praktisi pembangunan berperan sebagai fasilitator, memberdayakan komunitas untuk mengidentifikasi kebutuhan mereka, menetapkan prioritas, dan menerapkan solusi yang berkelanjutan

3. Pendekatan Partisipatoris

Pendekatan partisipatif ini mengasumsikan bahwa masyarakat sebagai penerima informasi memiliki kapasitas untuk mengembangkan diri dan lingkungannya dengan memanfaatkan potensi yang dimilikinya, baik dari segi ekonomi, sosial-budaya, maupun politik. Dalam konteks ini, masyarakat diberikan ruang dan kesempatan yang cukup luas untuk terlibat secara aktif, sehingga menjadi elemen kunci dalam menjalankan perubahan yang diperlukan demi keberhasilan pembangunan.

Paul, Bracht dan Tsourus (1990) mengidentifikasi empat tingkatan partisipasi, yaitu:

1. **Information Sharing (Berbagi Informasi):** Tingkatan partisipasi terendah di mana para agen menyediakan informasi dan memberikan pemahaman kepada individu untuk memfasilitasi tindakan.
2. **Conculation (Konsultasi):** Tingkatan kedua partisipasi di mana individu memiliki kesempatan untuk berbagi, bertanya, mendengarkan, dan merespons agen perubahan.
3. **Decision Making (Pengambilan Keputusan):** Tingkatan ketiga, di mana individu memiliki kesempatan untuk berperan dalam menentukan desain dan implementasi perubahan sosial.
4. **Initiating Action (Memulai Tindakan):** Tingkatan partisipasi yang tertinggi, di mana individu mengambil inisiatif dan memutuskan proses perubahan yang diinginkan.

Pendekatan partisipatif fokus pada eksplorasi dan pemanfaatan potensi media lokal sebagai alternatif penggunaan media modern dalam meningkatkan partisipasi masyarakat setempat. Dissanayake (1977) menyoroti keunggulan penggunaan media lokal dalam komunikasi partisipatif, terutama terkait dengan aspek kedekatan psikologis dan kredibilitas yang dapat dipercaya saat

menyalurkan gagasan-gagasan pembangunan. Media lokal dianggap memiliki posisi serta kekuatan yang mampu mengirimkan pesan-pesan yang relevan secara horizontal di antara masyarakat atau pemerintah. Di sisi lain, Sarvaes (1996) menjelaskan bahwa pendekatan partisipatif lebih menekankan pada identitas budaya komunikasi lokal sebagai representasi dan tujuan dari pembangunan yang berorientasi pada kepentingan rakyat.

D. MODEL KOMUNIKASI PEMBANGUNAN

Model komunikasi pembangunan adalah struktur konseptual yang menjelaskan bagaimana komunikasi berperan dalam mendukung serta mempermudah proses-proses pembangunan di bidang sosial, ekonomi, dan politik dalam suatu komunitas. Model ini mencerminkan strategi dalam menyebarkan informasi, ide, dan konsep kepada masyarakat untuk memengaruhi tindakan serta meningkatkan pemahaman mengenai permasalahan-permasalahan yang berkaitan dengan pembangunan.

Dalam bidang komunikasi pembangunan, berbagai model digunakan untuk memfasilitasi komunikasi yang efektif antara pemangku kepentingan yang terlibat dalam proses pembangunan. Model-model ini membantu memahami dinamika komunikasi dan memastikan pesan-pesan yang disampaikan sejalan dengan tujuan pembangunan. Terdapat tiga model komunikasi pembangunan, yaitu:

1. Model Transmisi

Model transmisi komunikasi didasarkan pada gagasan bahwa komunikasi merupakan proses satu arah di mana informasi mengalir dari pengirim ke penerima. Dalam konteks pembangunan, model ini mengasumsikan bahwa pesan-pesan pembangunan disampaikan secara efektif ketika disebarkan melalui saluran media massa, seperti televisi, radio, atau media cetak. Tujuan utama dari model

transmisi ini adalah untuk memberitahu dan mendidik audiens mengenai inisiatif dan program-program pembangunan.

2. Model Asimetris Dua Arah

Model komunikasi asimetris dua arah berfokus pada aspek persuasif komunikasi. Dalam model ini, pengirim bertujuan untuk meyakinkan penerima untuk menerima sudut pandang atau perilaku tertentu. Model ini umumnya digunakan dalam komunikasi pembangunan untuk mempromosikan kampanye perubahan sosial dan perilaku. Melalui saluran komunikasi dua arah, seperti pertemuan komunitas atau komunikasi antarpribadi, praktisi pembangunan berusaha meyakinkan individu atau komunitas untuk mengadopsi praktik atau sikap tertentu yang berkontribusi pada tujuan pembangunan.

3. Model Simetris Dua Arah

Model komunikasi simetris dua arah menekankan pentingnya komunikasi yang seimbang dan saling menguntungkan. Dalam model ini, baik pengirim maupun penerima terlibat dalam dialog untuk bertukar ide, memahami sudut pandang masing-masing, dan berkolaborasi menuju tujuan bersama. Model ini terutama relevan dalam pendekatan pembangunan partisipatif, di mana komunitas aktif terlibat dalam proses pengambilan keputusan. Melalui komunikasi yang terbuka dan transparan, model simetris dua arah membantu membangun kepercayaan, memupuk kolaborasi, dan mencapai hasil pembangunan yang berkelanjutan

E. STRATEGI KOMUNIKASI PEMBANGUNAN

Strategi adalah cara dan atau taktik untuk mencapai tujuan atau perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan (tidak hanya

peta jalan tapi juga taktik operasionalnya). Adapun komunikasi memiliki arti proses penerusan faktor-faktor, kepercayaan, sikap, reaksi emosi atau lain-lain pengetahuan antar individu dalam masyarakat. Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain. Proses komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran dapat berupa gagasan, informasi, maupun opini. Adapun perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, maupun keberanian. Berdasarkan model komunikasi linier (Lasswell, 1946) yang saat ini telah berlaku menjadi komunikasi yang lebih partisipatif, unsur komunikasi ada lima yaitu: komunikator (*communicator, sender, dan source*), pesan (*message*), media (*channel*), komunikan (*communicant, communicatee, receiver, recipient*), dan efek (*effect*). Dengan demikian, menurut definisi ini, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Strategi komunikasi adalah paduan antara perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dengan manajemen komunikasi (*Communication Management*) untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Onong, 1989:35). Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan. Dalam arti kata bahwa pendekatan (*aproach*) dapat berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. Strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, taktik, cara yang akan dipergunakan guna melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Fungsi strategi komunikasi (Mulyana, 2003) adalah: (1) menyebarluaskan pesan komunikasi secara sistematis untuk memperoleh hasil optimal, (2) menjembatani *cultural gap*

penggunaan media massa supaya tidak merusak nilai budaya. Secara sederhana Strategi komunikasi dapat dirumuskan dengan mengkaji secara mendalam tentang Teori Lasswell, yaitu: *Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?*. Apabila kita sudah tahu sifat komunikasi, tahu efek yang akan dicapai maka dapat dipilih “cara mana yang akan dipilih” (terkait dengan media). Pemilihan cara mana yang akan dipilih untuk berkomunikasi dapat dilakukan dengan memilih dua pilihan yaitu: (1) *Face to face communication* atau (2) *Mediated communication* yang terdiri atas komunikasi tatap muka untuk perubahan tingkah laku (*behavioral changes*) dan komunikasi dengan media untuk komunikasi informatif.

Strategi dalam komunikasi pembangunan merupakan suatu pendekatan yang merangkul beberapa elemen kunci untuk mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan. Salah satu elemen utamanya adalah pendekatan edukatif yang bertujuan untuk menyediakan pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan kepada masyarakat terkait isu-isu pembangunan. Melalui pendekatan ini, upaya disertakan untuk memberdayakan individu dengan informasi yang relevan agar mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik dan berpartisipasi secara aktif dalam proses pembangunan.

Selain itu, strategi komunikasi pembangunan juga melibatkan pendekatan pemberdayaan masyarakat. Pendekatan ini mengakui bahwa masyarakat memiliki kapasitas, pengetahuan lokal, serta sumber daya yang berharga yang dapat berkontribusi secara substansial terhadap proses pembangunan. Oleh karena itu, upaya dilakukan untuk mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pengambilan keputusan, perencanaan, dan pelaksanaan program-program pembangunan. Melalui pemberdayaan, masyarakat menjadi mitra aktif yang terlibat dalam menciptakan solusi-solusi yang sesuai dengan kebutuhan dan konteks lokal mereka.

Kolaborasi antara berbagai pihak terlibat juga menjadi pilar penting dalam strategi komunikasi pembangunan. Strategi ini mengakui bahwa untuk mengatasi tantangan-tantangan pembangunan yang kompleks, dibutuhkan kerjasama lintas sektor dan lintas pemangku kepentingan. Melalui kolaborasi ini, pemerintah, masyarakat sipil, sektor swasta, lembaga nirlaba, dan komunitas lokal dapat bekerja bersama untuk mengidentifikasi masalah, merencanakan solusi, dan mengimplementasikan program-program pembangunan yang lebih holistik dan berkelanjutan.

F. RANGKUMAN

Komunikasi merupakan pondasi utama dalam memfasilitasi proses pembangunan. Penggunaan strategis komunikasi dapat mendukung penyampaian pesan-pesan penting serta mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam upaya pembangunan. Terdapat berbagai model komunikasi pembangunan yang digunakan untuk merencanakan dan melaksanakan komunikasi yang efektif dalam konteks pembangunan. Dari model transmisi hingga model partisipatif, setiap model memiliki peran dan relevansinya sendiri. Pendekatan dalam komunikasi pembangunan menekankan pentingnya keterlibatan aktif masyarakat dalam seluruh proses pembangunan. Pemberdayaan masyarakat, partisipasi yang inklusif, dan kolaborasi lintas sektor menjadi fokus untuk mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan. Strategi dalam komunikasi pembangunan melibatkan pendekatan edukatif, pemberdayaan masyarakat, serta kolaborasi antara berbagai pihak terlibat. Informasi, partisipasi aktif masyarakat, dan kerjasama antarstakeholder menjadi elemen penting untuk mencapai hasil yang diinginkan.

G. TES FORMATIF

1. Bagaimana komunikasi menjadi landasan utama dalam mendukung proses pembangunan?
2. Bagaimana model-model komunikasi seperti transaksional atau interaksional dapat digunakan dalam konteks pembangunan?

H. LATIHAN

Dalam kelompok, buatlah rencana strategi komunikasi untuk program pembangunan pertanian dengan tujuan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya praktik pertanian berkelanjutan.

KEGIATAN BELAJAR 10

ETIKA KOMUNIKASI

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

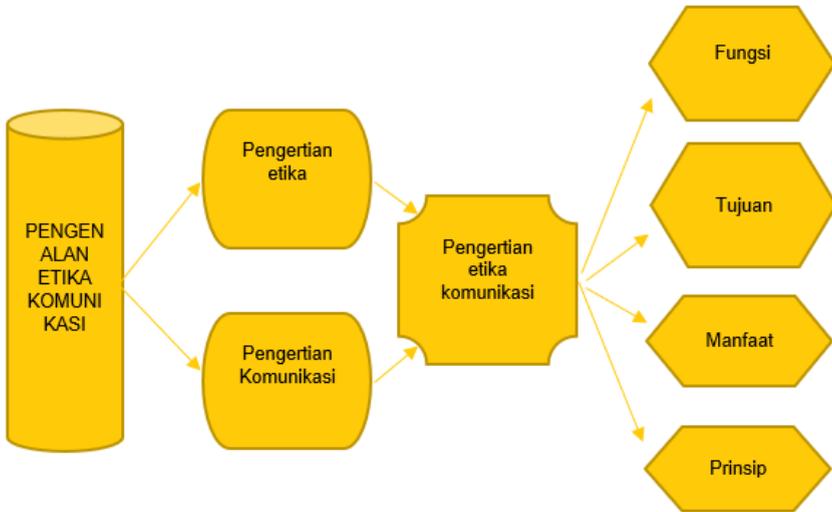
Pada bab ini mahasiswa dan mahasiswi dapat mempelajari pengenalan dan konsep dasar tentang Etika Komunikasi. Diharapkan setelah mempelajari materi ini mahasiswa dan mahasiswi memiliki wawasan dan pemahaman tentang etika berkomunikasi baik komunikasi dalam bentuk komunikasi tulis maupun komunikasi digital (*Online*)

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan :

1. Mampu menguraikan pengertian etika, komunikasi maupun etika komunikasi
2. Mampu menjelaskan unsur-unsur dalam etika komunikasi
3. Mampu menjelaskan hal yang harus diperhatikan dalam etika komunikasi
4. Mampu menjelaskan hal yang harus dihindari dalam etika komunikasi.
5. Mampu menjelaskan fungsi etika komunikasi
6. Mampu menjelaskan tujuan etika komunikasi
7. Mampu menjelaskan manfaat etika komunikasi
8. Mampu menjelaskan prinsip etika komunikasi

PETA KONSEP PEMBELAJARAN



A. PENDAHULUAN

Sejak dulu hingga sekarang, bahkan di masa mendatang komunikasi tetap menjadi unsur hakiki dalam hidup manusia karena manusia sebagai makhluk social senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi.

Dalam hidup bermasyarakat, orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan orang lain niscaya akan terisolasi dari masyarakatnya. Pengaruh keterisolasian ini akan menimbulkan depresi mental yang pada akhirnya membawa orang kehilangan keseimbangan jiwa. Oleh sebab itu, menurut Dr. Everett Kleijan dari East West center Hawaii, komunikasi sudah merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernafas. Sepanjang manusia ingin hidup, ia perlu berkomunikasi, banyak pakar menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang

sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. (Cangara:2022).

Manusia merupakan makhluk sosial, itulah yang membedakan manusia dengan makhluk hidup lainnya. Komunikasi adalah sarana dalam berinteraksi dengan lingkungan. Istilah komunikasi kian hari kian populer. Begitu populernya sampai muncul berbagai macam istilah komunikasi. Ada komunikasi timbal balik, ada komunikasi tatap muka, ada komunikasi langsung, komunikasi tidak langsung, komunikasi vertical, komunikasi horizontal, komunikasi dua arah, dan lain sebagainya. Sebagai salah satu factor dalam menunjang komunikasi adalah lingkungan. Mengapa demikian?

Lingkungan adalah tempat dimana manusia hidup dan tumbuh yang dapat mempengaruhi perilaku mereka khususnya di lingkungan keluarga, termasuk perilaku berkomunikasi. Perilaku dan kepribadian berkembang atas tumbuh dalam asuhan budaya seseorang. Lingkungan keluarga membentuk karakter seseorang yang ditanamkan sejak lahir, seperti halnya bagaimana cara kita menyapa orang lain, berbicara kepada yang lebih tua, adab dan sikap ketika bertemu orang lain, tutur kata dan lain sebagainya. Begitu juga di dalam dunia Pendidikan, dimana komunikasi itu dikendalikan dan dikondisikan untuk tujuan-tujuan Pendidikan. Etika Komunikasi sangat penting dipahami dan dipelajari karena kesalahan dalam bersikap dan berperilaku atau kegagalan berkomunikasi menimbulkan kesalahpahaman. Komunikasi adalah inti dari interaksi manusia, karena dalam komunikasi terjadi pertukaran dan pemahaman pesan melalui proses persepsi. Di dalam buku *ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Mulyana (2007) dengan tegas menyebutkan persepsi merupakan inti komunikasi sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandaian balik (*decoding*) dalam proses komunikasi (Ezi Hendri: 2019).

1. Pengertian Etika, Komunikasi, etika komunikasi

Pengertian etika memaksudkan penjelasan yang lebih luas dan mendalam daripada definisi. Terminologi “etika” secara etimologis berasal dari Yunani, “*ethos*”, yang berarti “*custom*” atau kebiasaan yang berkaitan dengan tindakan atau tingkah laku manusia, juga dapat berarti “karakter” manusia (keseluruhan cetusan perilaku manusia dalam perbuatannya). *Ethos* memiliki makna “*an action that is one’s own*”, atau suatu tindakan yang dilakukan seseorang dan menjadi miliknya. Makna “*ethos*” semacam ini juga dimiliki oleh kata Latin, “*mores*”, yang darinya kata “moral” diturunkan. Dengan demikian “*ethical*” dan “moral” bersinonim. Etika adalah filsafat moral. Etika berkaitan dengan moral dan sopan santun. Belajar etika berarti bagaimana bertindak baik.

Etika menunjuk pada tindakan manusia secara menyeluruh, mengantar orang pada bagaimana menjadi baik. Etika dengan demikian mengajukan nilai-nilai bagaimana manusia itu dapat hidup secara baik. Ia juga menawarkan pola-pola etis dan aneka pertimbangan moral dalam menguji tindakan manusia. Lebih lanjut, dengan menawarkan norma-norma hidup baik tersebut etika juga hendak membawa manusia kepada tingkah laku yang baik, sikap yang bertanggung jawab, menjunjung tinggi nilai kehidupan, dan mengedepankan kemanusiaan.

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengenali etika sebagai:

- 1) Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk, dan tentang hak serta kewajiban moral;
- 2) Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak;
- 3) Nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat (Sari:2020)

Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, makna atau pesan dianut secara sama.

Komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih, sehingga peserta komunikasi ini mungkin termasuk hewan, tanaman atau bahkan jin.

Komunikasi didefinisikan secara luas sebagai berbagi pengalaman. Komunikasi adalah upaya untuk membuat pendapat/ide, menyatakan perasaan, agar diketahui atau dipahami oleh orang lain dan kemampuan untuk menyampaikan informasi/pesan dari komunikator ke komunikan melalui saluran/media dengan harapan mendapatkan umpan balik. Unsur-unsur yang ada dalam komunikasi adalah komunikator, pesan, channel/media, komunikasi.

Manusia mempunyai keistimewaan dibanding makhluk lain, yaitu kemampuan berpikir. Dengan kemampuan berpikir inilah, manusia sadar akan dirinya, siapa saya dan apa yang harus saya perbuat dan sebagainya, sehingga manusia akan berpikir sebelum melakukan tindakan. Manusia akan berpikir dan menimbang, apakah perbuatan yang dilakukannya sesuai dengan harkat kemanusiannya atau justru sebaliknya. Etika merupakan kajian tentang bagaimana seharusnya manusia itu berbuat, apakah perbuatan itu baik dan buruk. Sebagai salah satu kajian dari filsafat, etika diartikan sebagai ilmu tentang apa yang baik dan buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Komunikasi merupakan suatu hal yang amat penting dalam

kehidupan manusia. Komunikasi sudah merupakan kebutuhan manusia, bahkan kesuksesan seseorang sekarang ini, lebih banyak ditentukan pada kemampuan dia berkomunikasi.

Belum ada secara pasti definisi yang tepat dalam menggambarkan apa itu etika komunikasi. Bila dilihat dari terminologinya, Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang berarti karakter, watak kesusilaan atau adat kebiasaan di mana etika berhubungan erat dengan konsep individu atau kelompok sebagai alat penilai kebenaran atau evaluasi terhadap sesuatu yang telah dilakukan. Sedangkan, Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media).

Maka bisa disimpulkan dari terminologi di atas, etika komunikasi dikaitkan dengan watak atau kesusilaan yang menentukan benar atau tidaknya cara penyampaian pesan kepada orang lain yang dapat mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara lisan ataupun tidak langsung. Etika komunikasi adalah norma, nilai, atau ukuran tingkah laku yang baik dalam kegiatan komunikasi dengan guru di sekolah.

Etika komunikasi perlu diperhatikan agar tidak terjadi suatu prasangka buruk yang dapat mengakibatkan dampak negatif terhadap orang lain. Contohnya, setiap siswa tidak boleh mengeluarkan kata-kata yang kurang enak didengar yang bisa membuat perasaan orang lain menjadi tersinggung. Dengan demikian etika komunikasi memegang peranan penting dalam pendidikan.

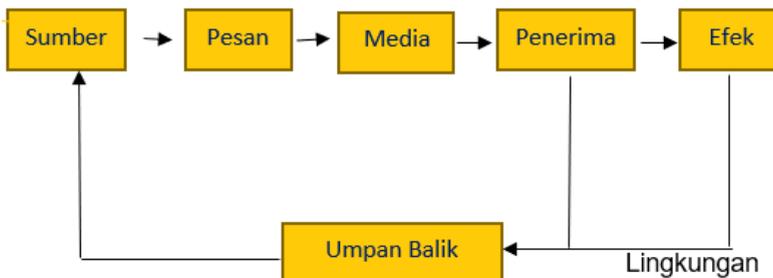
Jenis suasana keetikaan yang ada dalam suatu kelompok mempengaruhi pertentangan etika apa yang

dipertimbangkan, proses untuk menyelesaikan konflik, dan karakteristik penyelesaiannya. Sejumlah elemen dikemukakan bahwa, secara bersama-sama, akan meningkatkan pengembangan suasana keetikaan yang sehat dan bersemangat.

2. Unsur-Unsur Dalam Etika Berkomunikasi

Unsur atau elemen dalam etika komunikasi adalah bagian yang digunakan untuk membangun dalam proses penyampaian pesan seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk mempengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Hal yang harus diperhatikan untuk menunjang unsur tersebut adalah :

- 1) Pengirim (*source*)
- 2) Pesan (*message*)
- 3) Saluran/media (*channel*)
- 4) Penerima (*receiver*)
- 5) Akibat/pengaruh (*effect*)



Gambar 10.1. Unsur-unsur Komunikasi

- 1) Pengirim (*source*) atau sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi dapat juga dalam bentuk kelompok. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam Bahasa Inggris *source*, *sender* atau *encoder*.

2) Pesan (*message*)

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam Bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *contents*, atau *information*.

3) Media (*channel*)

Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surat kabar, majalah, buku dll. Sementara media elektronik antara lain, radio, film, video recording, komputer dan lain-lain.

4) Penerima (*receiver*)

Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah seperti khalayak, sasaran, komunikan atau dalam Bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*.

5) Pengaruh (*effect*)

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan Tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

Tanggapan Balik

Umpan balik sebenarnya salah satu bentuk dari pada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi, sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media meskipun pesan belum sampai kepada penerima.

Lingkungan

Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan antara lain lingkungan fisik, lingkungan social budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

3. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam etika komunikasi.

Ada beberapa hal pokok yang mana kita selaku komunikator perlu lakukan dan perlu aplikasikan dalam kehidupan antara lain:

a) Fokus pada lawan bicara

Fokus dalam berkomunikasi merupakan kunci agar informasi yang disampaikan komunikator kepada kita berjalan lebih efektif, orang yang cenderung tidak memperhatikan lawan bicaranya biasanya kehilangan beberapa potong informasi yang disampaikan dan terjadi kesenjangan antara kedua belah pihak, biasanya pihak yang menyampaikan informasi (komunikator) secara perasaan akan tersinggung dengan kita dan secara otomatis kesalahan fatal informasi (informasi yang salah) yang masuk dapat berdampak langsung dengan pengplikasian.

b) Fokus pada masalah

Dalam beberapa kasus komunikasi beberapa individu melupakan pokok permasalahan yang ingin dibicarakan hal ini terjadi karena informasi yang seharusnya disampaikan terlalu melenceng dari yang dibicarakan (basa-basi),

perlu adanya penyusunan konsep sebelum berbicara dengan orang lain, komunikasi ini biasanya disebut dengan komunikasi yang tidak efisien karena informasi yang dimiliki tidak sesuai dengan apa yang dibicarakan komunikator. Maka dari itu perlu adanya focus masalah, yaitu tidak mencampur adukkan masalah lain yang tidak memiliki kaitan dengan informasi tersebut.

c) Jangan menimpali pembicaraan.

Komunikasikan yang baik adalah komunikasi yang mau mendengarkan dengan bijaksana perkataan dari komunikator, menghargai apa yang dikatakannya dan tidak menimpali atau menyela perkataannya sebelum selesai.

d) Saling menghargai

Biasanya dalam proses ini dua individu (komunikasikan dan komunikator) perlu saling memahami satu sama lain dalam model komunikasi dipaparkan dalam konsep kesamaan, dimana tingkat efektifitas komunikasi akan terjalin lebih tinggi jika dua individu memiliki kesamaan yang besar, kita harus tetap menjaga etikadengan menghargai tiap ucapan orang tersebut dengan menyimak dan mendengarkan apa yang dikatakannya, dengan demikian rasa penghargaan akan timbul pula pada orang yang kita hargai tersebut.

e) Selingi dengan Humor

Ada kalanya dalam berkomunikasi kita merasa bosan dengan informasi yang disampaikan tentu ini bukan kesalahan pendengar namun dalam proses penyampaian informasi tersebut kurang bumbu yang menarik pendengar, dalam hal ini kita perlu menyelinginya dengan candaan atau gurauan agar para pendengar atau komunikasikan tidak merasa bosan dengan apa yang kita sampaikan.

4. Hal-hal yang perlu dihindari dalam Etika Berkomunikasi

Dalam berkomunikasi dengan orang lain ada etika tersendiri yang harus kita pegang, kita selaku individu perlu menjaga perasaan lawan bicara kita agar mereka tidak tersinggung ataupun salah paham dengan maksud dan tujuan kita. Adapun point-point berikut ditujukan kepada lawan bicara yang biasanya baru kita temui, baru kita kenal ataupun kurang akrab dengan orang tersebut diantaranya:

a) Penggunaan kalimat informal (tidak baku)

Dalam proses transaksi informasi seorang individu termasuk kepada orang yang tidak dikenal atau belum memiliki kedekatan sama sekali, kita perlu menggunakan kalimat baku atau formal agar orang lain merasa dihargai.

b) Berbicara sambil melakukan hal lain

Etika sopan santun sangat berlaku pada point ini, orang tentu akan merasa tersinggung saat jika kita dengan sibuk makan dan dalam saat bersamaan berbicara dengan lawan bicara kita.

c) Terlalu banyak basa-basi

Dalam beberapa kasus, ada beberapa orang yang cenderung lebih menyukai penyampaian langsung (*to the point*) sebuah informasi, meski sebagian juga menyukai basa-basi, namun dalam komunikasi formal kita tidak memerlukan basa-basi kita hanya perlu memaparkan garis besarnya.

d) Berbicara dengan nada kasar

Berbicara dengan nada kasar tidak perlu penjelasan lebih lanjut, orang tentu tidak akan suka jika dibentak dan dimaki.

e) Nada memerintah

Dalam hal ini orang cenderung tidak sadar menggunakan kalimat-kalimat memerintah yang seharusnya kita hindari

karena bisa menyinggung lawan bicara sebagai contoh “bapak harus lebih kompeten dalam mengajar” kalimat tersebut jelas berisi kalimat perintah.

f) Tidak boleh menghakimi

Dalam komunikasi kita tidak boleh mengajukan kalimat yang menghakimi seperti “tentu anda telah melakukan hal yang keji” dan sebagainya.

g) Manage intonasi

Perlu adanya control dengan nada suara kita, tidak boleh terlalu tinggi (akan terkesan membentak) dan tidak boleh terlalu rendah (terkesan berbisik). Perlu nada yang sesuai dan nyaman didengar.

B. FUNGSI ETIKA KOMUNIKASI

Etika juga sangat penting bagi hubungan antara satu manusia dengan manusia yang lain, yang dimaksudkan disini adalah ketika kita memiliki etika yang baik kita juga memiliki kemampuan berkomunikasi dan berbicara yang baik juga. Hal seperti ini akan sangat penting ketika kita ingin menjalin suatu hubungan atau relasi dengan seseorang yang penting bagi kita, fungsi lain etika adalah.

Fungsi Etika Dalam Berkomunikasi

1. Sebagai panduan bagi manusia dalam menjalin komunikasi lisan atau tulisan, dan menjadi panduan dalam berperilaku.
2. Dapat mempermudah penyampaian pesan dengan menggunakan bahasa yang singkat dan mudah dipahami.
3. Sebagai landasan seseorang bermoral, seperti cara berkomunikasi dengan baik, berperilaku sopan saat berbicara.

C. TUJUAN ETIKA KOMUNIKASI

Secara garis besar, etika komunikasi bertujuan untuk mencegah adanya kesalahpahaman, pertengkaran, perselisihan, dan masalah lain di tengah masyarakat. Namun dibalik itu semua, ada beberapa tujuan pembentukan etika komunikasi yang bisa kita sampaikan yaitu:

- Menciptakan tenggang rasa untuk saling menghargai dan menghormati antar manusia
- Memberikan kebebasan pada semua masyarakat namun bisa dipertanggungjawabkan
- Membantu setiap individu untuk mengambil Tindakan dan keputusan dengan tepat

D. MANFAAT ETIKA KOMUNIKASI

Sekilas etika komunikasi terlihat sulit untuk diterapkan. Namun, etika ini sama dengan kebiasaan. Jika dilatih sejak dini tentu akan terbiasa melakukannya dan tidak perlu canggung atau kaku. Meski perlu Latihan dan komitmen dalam melakukannya Kita bisa merasakan manfaatnya sebagai berikut:

1. Memudahkan menjalin relasi

Relasi itu penting karena berkaitan dengan hubungan antar sesama manusia Meski manusia merupakan makhluk social, tidak semua orang mampu menjalin relasi yang baik. Ketika berkomunikasi harus mengedepankan etika, maka orang lain akan merasa nyaman berhubungan atau berkomunikasi dengan kita. Tidak ada hal yang sia-sia jika mau belajar.

2. Membuat lebih dihargai

Memiliki etika yang baik akan membuat seseorang lebih dihargai dan dihormati. Sebab, etika mendakan bahwa orang tersebut memiliki attitude yang baik dan sopan santun. Jadi, menanamkan etika sangat penting untuk kita.

3. Belajar menghargai orang lain

Banyak orang mampu berbicara, namun tidak semua memiliki etika dalam komunikasi. Manfaat terakhir dari etika komunikasi adalah belajar menghargai orang lain. Menghargai tidak harus menjadi sumber kesenangan mereka, namun cukup lakukan hal sederhana. Misalnya, tidak menyinggung masalah pribadi mereka, menjaga nada bicara, tidak menyela pembicaraan orang, hingga menata setiap kalimat yang terucap. Belajarlah agar terbiasa.

E. PRINSIP ETIKA KOMUNIKASI

Penilaian orang terhadap kesopanan seseorang akan terlihat dari etika komunikasi. Etika ini tidak hanya untuk anak muda kepada orang yang lebih tua, melainkan semua golongan dan kalangan. Berikut ada 4 prinsip etika dalam berkomunikasi yang perlu diketahui yaitu:

1. Kejujuran

Prinsip etika kejujuran merupakan proses seseorang menanamkan sikap berdasarkan situasi, kondisi, dan fakta apa adanya. Singkatnya, apa yang diucapkan itu benar adanya. Prinsip ini akan membantu untuk menjadi pribadi yang berkomitmen dan mudah mendapat kepercayaan. Kejujuran menjadi sikap terpuji.

2. Empati adalah sikap kesadaran mental yang menjadikan seseorang merasa dirinya terbawa perasaan dengan orang atau kelompok lain. Empati merupakan perasaan yang mampu merasakan apa yang terjadi pada seseorang. Sedangkan, simpati hanya sikap kasihan saja. Sikap ini muncul secara alami jadi tidak bisa dipaksa.

3. Integritas

Integritas adalah sifat, mutu, ataupun kondisi yang memperlihatkan satu kesatuan yang utuh, sehingga berpotensi memancarkan kewibawaan. Orang yang

berintegritas pasti bersikap jujur dan tulus, melakukan Tindakan secara konsisten dan transparan.

4. Tanggung Jawab

Tanggung jawab merupakan sikap seseorang dalam mengemban tugas dan kewajibannya dengan sungguh-sungguh. Prinsip etika dalam komunikasi yang satu ini penting menjadi pembelajaran untuk setiap orang. Setidaknya harus bisa bertanggung jawab atas semua sikap dan perbuatannya. Sekecil apapun kesalahan yang mereka perbuat, orang yang bertanggung jawab akan menyelesaikannya dengan baik.

F. RANGKUMAN

Etika komunikasi adalah norma, nilai, atau ukuran tingkah laku dalam interaksi. Tata cara pergaulan bermasyarakat yang mengatur manusia untuk saling menghormati, sopan santun, tata krama, berinteraksi dengan sesama makhluk lainnya. Maka demikian diperlukan pemahaman tentang etika komunikasi yang baik dengan tujuan untuk menjaga kepentingan seseorang dengan lawan bicaranya agar merasa senang, tenang, terlindungi tanpa ada pihak yang dirugikan kepentingannya dan perbuatan yang dilakukan sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku serta tidak bertentangan dengan hak asasi manusia secara umum. Tata cara pergaulan, aturan perilaku, adat kebiasaan manusia dalam bermasyarakat dan menentukan nilai baik dan nilai tidak baik.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penulisan ini adalah menanamkan pemahaman etika komunikasi kepada mahasiswa sangatlah penting agar mereka Mengetahui bagaimana etika komunikasi yang baik ketika berkomunikasi dalam hal berperilaku dan berbicara sewajarnya dalam menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Seperti etika komunikasi mahasiswa kepada dosen. Dengan Memahami makna komunikasi secara verbal dan non-verbal lawan bicara. Sehingga

terciptanya komunikasi yang harmonis dan hangat dalam berinteraksi.

G. TES FORMATIF

1. Presentasi adalah suatu kegiatan berbicara di hadapan banyak orang atau kegiatan menyampaikan informasi kepada audience. Sehingga dalam menyampaikan materi harus memperhatikan sikap dan bahasa tubuh yang baik pula. Salah satu bahasa tubuh yang negatif dalam melakukan presentasi adalah
 - a) Menatap audiens secara menyeluruh.
 - b) Menundukkan kepala sesaat untuk memberi salam.
 - c) Memainkan benda, seperti spidol atau bolpoint.
 - d) Tersenyum dengan lembut.
 - e) Bergerak dengan penuh semangat

2. Dalam sebuah komunikasi kredibilitas seorang komunikator dapat dilihat berdasarkan
 - a) Tanggapan dari komunikan yang diberi informasi
 - b) Dari cara komunikator menatap komunikan.
 - c) Sopan santun komunikator kepada komunikan.
 - d) Dari cara komunikator memberikan informasi yang dapat dipercaya.
 - e) Dari cara komunikator memberikan informasi dengan sikap yang baik

3. Berikut adalah hal yang tidak harus dimiliki oleh seorang komunikator agar pesan yang disampaikan
 - a) Kredibilitas yang baik di mata audiences atau penerima pesan.
 - b) Pengetahuan untuk mengantisipasi gangguan yang mungkin timbul.
 - c) Kemampuan untuk memberikan tanggapan atas feedback yang diberikan penerima pesan.
 - d) D. Teknik bicara atau menulis untuk menyampaikan pesan.
 - e) Dapat berkomunikasi dengan berbagai bahasa dengan baik.

H. LATIHAN

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan/ informasi dari satu pihak kepada pihak lain secara langsung dan tidak langsung. Komunikasi dapat di bagi menjadi 2 macam, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi secara non verbal. Coba Gambarkan proses komunikasi yang terjadi secara non verbal?

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina R H, Putra F R. 2020. Buku Ajar Komunikasi Kesehatan. Jakarta: Prenadamedia Group
- Ahmadi. 2008. 'Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar'. Mediator: Jurnal Komunikasi.Vol.09, 56:303-304
- Aini, Q., 2013, Kecerdasan Buatan, Jakarta, Halaman Moeka Publishing.
- Akbar, Rahmadtul. 2019. Etika Komunikasi suatu studi Komparatif Antara Islam dan Barat. Lentera Indonesia Journal of Multidiciplinary Islamic Studies Volume 1.
- Almasari dkk, 2023, Literasi Digital: (Pengetahuan & Transformasi Terkini Teknologi Digital Era Industri 4.0 dan Society 5.0), Jambi, Sonpedia Publishing.
- Anisya Selvia, Desi Ernita Amru. 2020. Buku Ajar komunikasi Efektif Dalam Praktik Kebidanan Untuk Mahasiswa Sarjana Kebidanan: Jakarta: CV Trans Info Media.
- Apryanto, F., 2022. Peran Generasi Muda terhadap Perkembangan Teknologi Digital di Era Society 5.0. Media Husada J. Community Serv. 2, 130–134. <https://doi.org/10.33475/mhjcs.v2i2.35>
- Asari, Andi dkk. 2023. Pengantar Ilmu Komunikasi. Global Eksekutif Teknologi: Sumatera Barat.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [WWW Document], n.d. URL <https://survei.apjii.or.id/> (accessed 12.1.23).
- Awi M V, Mewengkang N, Golung A. 2016. Peranan Komunikasi Antar Pribadi Dalam Menciptakan Harmonisasi Keluarga Di Desa Kimaam Kabupaten Merauke. e-journal "Acta Diurna" Volume V. No.2. Tahun 2016
- Cangara, Hafied, 2019. Pengantar Ilmu Komunikasi. PT Rajagrafindo Persada. Jakarta
- Cangara, Hafied, 2019. Pengantar Ilmu Komunikasi. PT Rajagrafindo Persada. Jakarta

- Cangara, Hafied. 2019. Pengantar Ilmu Komunikasi. Rajawali Pers: Depok.
- Cangara, Hafied. 2020. Komunikasi Pembangunan: Telaah untuk Memahami Konsep, Filosofi, serta Peran Komunikasi terhadap Pembangunan dan Pembangunan Komunikasi dalam Era Digital. PT RajaGrafindo Persada. Depok.
- Canggara, Hafied. 2021. Pengantar Ilmu Komunikasi, PT Raja Grafindo Pesada Edisi Kelima. Rajawali Pers.
- Chang, William. Etika dan Etiket Komunikasi. PT Kanisius. 2018
- Coombs, & Holladay, 2022. The Handbook of Crisis Communication. Wiley Blackwell: United Kingdom
- Corry, Andy W. Etika Berkomunikasi dalam Penyampaian Aspirasi. Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara. 2009.
- Data Indonesia, 2023, Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023 [WWW Document], n.d. URL <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023> (accessed 12.1.23).
- Dilla, Sumadi. 2012. Komunikasi Pembangunan: Pendekatan Terpadu. PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- Effendy, Onong Uchjana. 1987. Peranan Komunikasi Massa dalam Pembangunan. Gajah Mada University. Yogyakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- Fitria, Afna Sari. Etika Komunikasi (menanamkan Pemahaman Etika Komunikasi kepada Mahasiswa, Tanjak: Journal of Education and Teaching. 2020.
- Harmoko, Ironi. 1985. Pembangunan di Negara Berkembang. Sinar Harapan. Jakarta.
- Haro, Masta dkk. 2021. Pengantar Ilmu Komunikasi. Penerbit DOTPLUS Publisher: Riau.

- Harri Zan Pieter. 2012. Pengantar Komunikasi dan Konseling dalam Praktik Kebidanan: Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Haryanto, Didik. 2021. Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi. UMSIDA PRESS: Sidoarjo
- Hendri, Ezi. Komunikasi Pesuasif. PT Remaja Rosdakarya. 2019.
- Husaini Usman, Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan (Jakarta: Bumi Aksara, 2013)
- Iskandar, I., 2019. Prinsip Komunikasi Al-Qur'an Dalam Menghadapi Era Media Baru. *Al-Fanar J. Ilmu Al-Quran Dan Tafsir* 2, 55–74. <https://doi.org/10.33511/alfanar.v2n1.55-74>
- Joseph, Devito. 2016. *The Communication Book 13th Edition*. Pearson Education: United States of America
- Kapur R. 2020. *Functions of Communication*. University of Delhi. https://www.researchgate.net/publication/344318695_The_Functions_of_Communication
- Karakteristik dan Tahap Perkembangan Teknologi Komunikasi – Muhammad Noza Abdullah [WWW Document], n.d. URL <https://muhammadnoza.wordpress.com/2017/10/31/karakteristik-dan-tahap-perkembangan-teknologi-komunikasi/> (accessed 12.2.23).
- Karyaningsih P D. 2018. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Samudra Biru
- Kompasiana.com, 2023. *Cyberbullying: Kekejaman Nyata Pembawa Luka Tak Kasat Mata* [WWW Document]. Kompasiana. URL <https://www.kompasiana.com/ulil83014/64a0244508a8b560e83aa3a3/cyberbullying-kekejaman-nyata-pembawa-luka-tak-kasat-mata> (accessed 12.1.23).
- Kurnia, N., n.d. *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi | Kurmia | Mediator: Jurnal Komunikasi* [WWW Document]. URL <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/1197/0> (accessed 11.30.23).

- Lukiati. 2009. Ilmu Komunikasi: Perspektif, Proses, dan Konteks. Widya Padjajaran. Yogyakarta
- M. Hardjana, Komunikasi Intrapersonal & Komunikasi Interpersonal (Yogyakarta: Penerbit Kesinnus, 2003)
- Malik Abdul. 2014 Fungsi Komunikasi Antara Guru dan Siswa dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan (Studi Kasus Proses Belajar Mengajar pada SMP Negeri 3 Sindue). JURNAL INTERAKSI, Vol 3 No 2, Juli 2014 : 168-173
- Morissan. 2013. Teori Komunikasi: Individu hingga Massa. Prenadamedia Group. Jakarta
- Mufid, Muhammad. 2010. Komunikasi dan Regulasi Penyiaran. Kencana (Divisi dari Prenadamedia Grup): Jakarta
- Mulyana, Deddy. (2007). Suatu Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy. 2019. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. PT Remaja Rosdakarya: Bandung
- Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010)
- Nasution, Zulkarimen. 2002. Komunikasi Pembangunan: Pengenalan Teori dan Penerapannya. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta
- Ngalimun. 2020. Ilmu Komunikasi, Sebuah Pengantar Praktis. Pustaka Baru Press: Yogyakarta
- Ningsih W K. 2023. Peran Komunikasi Dalam Organisasi. https://www.researchgate.net/publication/370998194_PERAN_KOMUNIKASI_DALAM_ORGANISASI
- Nora H Y, Latief M C, Setiawan Y B. 2010. Fungsi Komunikasi Massa Dalam Televisi (Studi Kasus Program Acara 'Bukan Empat Mata'. Jurnal The Messenger Cultural Studies, IMC and Media. <https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/278>

- Nuryanto, 2021, Ilmu Komunikasi dalam Kontruksi Pemikiran Wilbur Schramm, Jurnal Kommas.
- Nusantari E. 2019. Skripsi: Peranan Komunikasi Kelompok Dalam Menjalain Solidaritas Pada Komunitas Anak Vespa Di Kota Medan. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
- Poppy Ruliana, Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014)
- Qodir, dkk, Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional dan Penjelasan No 20 Tahun 2003 (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2003)
- Qudratullah. 2016. Peran Dan Fungsi Komunikasi Massa. Article in Jurnal Dakwah Tabligh . November 2016 <https://www.researchgate.net/publication/328025288>
- Raho, Bernard. 2007. Teori Sosiologi Modern. Jakarta: :Prestasi Pustaka
- Riswandi. 2009. Ilmu Komunikasi. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Rita Yulifah, Tri Johan Agus Yuswanto. 2009. Komunikasi dan Konseling Dalam Kebidanan : Jakarta: Salemba Medika.
- Rogers, E.M., 2015. Communication Technology : The New Media in Society. The Free Press.
- Rosmawaty. 2010. Mengenal Ilmu Komunikasi. Widya Padjajaran. Yogyakarta
- Roudhonah. 2019. Ilmu Komunikasi. Rajagrafindo Persada: Depok
- Shoemaker, Pamela J. 2009. Gatekeeping Theory. New York: Routledge.
- Silalahi, B.I., 2023. Dinamika Komunikasi Sebagai Ilmu Pengetahuan pada Era Konvergensi Media 4.
- Sulistiyowati, 2021, Buku Ajar Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence).
- Suprpto, Tommy. 2011. Pengantar Ilmu Komunikasi. Center for Academic Publishing Service (CAPS). Yogyakarta

- Suprpto, Tommy. 2011. Pengantar Ilmu Komunikasi. Center for Academic Publishing Service (CAPS). Yogyakarta
- Th. Endang Purwoastuti, Elizabeth Siwi Walyani. 2015. Komunikasi dan Konseling Kebidanan : Yogyakarta: Pustaka BaruPress.
- Wood, Julia T. 2017. Communication in Our Lives, Eighth Edition. Cengage Learning: Boston USA
- Yasir. 2020. Pengantar Ilmu Komunikasi, Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif. Deepublish Publisher: Yogyakarta
- Yunida Haryanti. 2015. Komunikasi dan Konseling Dalam Praktik Kebidanan : Jakarta: Trans Info Media.

TENTANG PENULIS



Dra. Nova Riana, M.Si., CHE.

Dra. Nova Riana, M.Si., CHE adalah dosen tetap di STIE Pariwisata (STIEPAR) Yapari, Bandung. Ia mengampu beberapa mata kuliah terkait bidang keahliannya, yaitu bidang komunikasi bisnis dan bidang hospitality, antara lain mata kuliah Komunikasi Bisnis & Negosiasi, Komunikasi Hospitality, Front Office, serta Tourism & Hospitality. Nova Riana meraih gelar Magister Sains (M.Si.) dalam bidang ilmu komunikasi dari Universitas Padjadjaran (Unpad) Bandung), ia adalah pemegang sertifikat internasional untuk bidang hospitality (Certified Hospitality Educator / CHE) yang dikeluarkan oleh AHLEI (American Hotel and Lodging Educational Institute) dari Florida, USA. Ia juga pemegang lisensi dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP-RI) sebagai asesor kompetensi. Dalam keorganisasian, Nova Riana adalah pengurus Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) Jabar periode 2019-2023 dan periode sekarang (2023-2026), serta berpengalaman pada beberapa jabatan struktural di STIEPAR sebelumnya seperti Sekretaris Jurusan, Ketua Prodi, Wakil Ketua STIEPAR Bidang Adm.Umum, SDM, dan Keuangan (2016-2020), dan saat ini menjabat sebagai Wakil Ketua STIEPAR Bidang Kerjasama dan Kehumasan (periode 2020-2024). Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=4SXWDo8AAAAJ&hl=en>



Fitria Endah Purwani, SKM, SST, MKeb

Seorang penulis dan dosen tetap Prodi S1 Kebidanan STIK Budi Kemuliaan. Lahir di Cilacap, 28 Agustus 1980. Penulis merupakan anak ke-satu dari dua bersaudara. Pendidikan Diploma III Kebidanan di Poltekkes Jakarta I, Sarjana Kesehatan Masyarakat di Universitas Indonesia, Magister Kebidanan Universitas Padjadjaran Bandung.



Noor Afy Shovmayanti, S.Sos., M.I.Kom.

Seorang penulis dan dosen tetap Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Muhammadiyah Klaten. Lahir di Muara Bungo, Jambi. Pendidikan program Sarjana (S1) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta Prodi Ilmu Komunikasi dan menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Universitas Padjadjaran Bandung Fakultas Ilmu Komunikasi dengan Program Studi Komunikasi Bisnis.



Tiarlin Lavida R S R, SST, M.Keb

Seorang Penulis dan Dosen Prodi Sarjana Kebidanan Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Budi Kemuliaan. Lahir di Cilacap, 29 Mei 1988 Jawa Tengah. Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan bapak M. Tampubolon dan Ibu Naibaho.

Ia menamatkan pendidikan program Diploma Empat (D4) di Universitas Padjadjaran Bandung Prodi D4 Kebidanan dan menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Universitas

Padjadjaran Bandung Prodi Magister Kebidanan. Penulis memiliki peminatan dalam bidang manajemen pendidikan kebidanan, kegiatan penelitian kesehatan dan kesehatan reproduksi dan pengembangan asuhan kebidanan, komunikasi dan konseling khususnya di profesi bidan serta pengembangan kewirausahaan.



Anah Sugihanawati, Am.Kep, M.Pd

seorang Penulis dan Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Budi Kemuliaan Prodi Sarjana Kebidanan. Lahir di Indramayu pada tanggal 12 Juli 1970. Penulis merupakan anak kedua dari lima bersaudara, sudah berkeluarga dan telah memiliki tiga orang Putri. Penulis telah menyelesaikan pendidikan Diploma Tiga Keperawatan di Akademi Perawat Islam As-Syafiiyah Jakarta, telah menamatkan pendidikan program Sarjana (S1) di

Universitas Negeri Jakarta (UNJ) dan telah menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Universitas Negeri Jakarta (UNJ) prodi Manajemen Pendidikan.

Nurika Rahma, SST., M.Keb



Seorang penulis dan dosen tetap di Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Budi Kemuliaan, Jakarta. Lahir di Jakarta, 12 Januari 1985. Penulis merupakan anak ke dua dari lima bersaudara dari pasangan bapak Muhammad Ilyas dan Ibu Oom Masyuni. Pendidikan program Diploma IV di Poltekkes Jakarta III dan menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Universitas Padjadjaran Bandung prodi Magister Kebidanan



Dr. Nahdiana, S.Sos., M.Si.

Dosen Tetap Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Makassar. Lahir di Makassar 26 Februari 1974. Pendidikan Program Sarjana (S1) Administrasi Negara, Magister (S2) Ilmu Komunikasi, dan Doktor (S3) Ilmu Komunikasi di Universitas Hasanuddin Makassar.

Beberapa karya ilmiah yang telah dihasilkan antara lain: Dampak Literasi Media Sosial terhadap Pengetahuan Remaja di SMAN 21

Makassar, Pengaruh Budaya Organisasi dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kepuasan Kerja di Bidang Pelayanan Depan DPMPTSP Kota Makassar, *Book Chapter Komunikasi Organisasi - The Future of Organizational Communication in The Industrial Era 4.0*, *The Effect of Media Literation on Hoax News at The Students of The Islamic University of Makassar*, Pola Komunikasi Antara Mahasiswa dan dosen dalam Pembelajaran Online Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Makassar, Peningkatan Kepuasan Peserta terhadap Layanan Informasi BPJS Kesehatan Melalui Media, *Increased Satisfaction of Participants to The Quality of BPJS Health Information Services Through Officer Competence: Is It Effective?*



Herlinah, S.Kom., M.Si.

Seorang Penulis dan Dosen Prodi Teknik Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas Handayani Makassar. Lahir di Soloreng/Bone Sulawesi Selatan, 6 Juni 1976. Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan bapak Muhammad Jafar Mur dan Ibu A. St Nakiran. ia menamatkan pendidikan program Sarjana (S1) di STMIK Handayani Makassar prodi Teknik Informatika dan menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Universitas Hasanuddin prodi Ilmu Komunikasi konsentrasi di Komunikasi Pendidikan. Buku yang telah ditulis dan terbit berjudul di antaranya: Pemrograman aplikasi Android dengan Android Studio, Photoshop, dan Audition, Pengantar Teknologi Informasi, Pengantar Teknologi dan Informasi, Sistem Pendukung Keputusan Implementasi Double Exponential Smoothing, Sistem Pendukung Keputusan: Teori Dan Penerapannya Dalam Berbagai Metode, Pengantar Ilmu Komputer: Pengenalan Dasar Komputer dan Teknologi Informasi Terkini. Literasi Digital (Pengetahuan & Transformasi Terkini Teknologi Digital Era Industri 4.0 dan Society 5.



Sabaruddin, SS, M.Si.

Dosen Jurusan Teknologi Produksi Tanaman Pertanian, Politeknik Pertanian Negeri Pangkep. Lahir di Pangkajene, 18 September 1972. Pendidikan Program Sarjana (S1) Sastra Inggris, Magister (S2) Ilmu Komunikasi, di Universitas Hasanuddin Makassar. Artikel yang telah ditulis dan diterbitkan dalam jurnal dan prosiding diantaranya: Implementasi Penilaian Diri (Self assesment) dalam Mengevaluasi Partisipasi Berbicara

Mahasiswa Program Study Budidaya Tanaman Perkebunan Politeknik Pertanian Negeri Pangkep (2015), Expectation of Agricultural Industries in Indonesia towards English Skill of Graduates of Diploma Degree (2019), Implementation of Pedagogical Competence of Lecturer in teaching English at Pangkep State Politechnic of Agriculture (2020), Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @Jjs_Pangkepp terhadap Minat Berkunjung Followers di Tempat Wisata Kabupaten Pangkep (2021) Persepsi Mahasiswa terhadap Pemanfaatan Konten Media Sosial dalam Pembelajaran Bahasa (2022), Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Pembelajaran Mata Kuliah Bahasa Inggris Pertanian Melalui Pendekatan English for Specific Purposes (ESP) pada Jurusan Teknologi Produksi Tanaman Pertanian Politeknik Pertanian Negeri Pangkep (2023).



Dra. Hj. Nurbaiti, M.M.

penulis lahir di Baturaja Sumatera Selatan pada tanggal 17 Mei 1964. Penulis menyelesaikan kuliah S1 pada jurusan Bahasa dan sastra Indonesia pada Universitas Muhammadiyah Palembang, dan lanjut S2 jurusan Managemen Pendidikan. Penulis bertugas sebagai Dosen di Akademi Komunitas Industri Pertambangan Bukit Asam (AKIPBA) sejak tahun 2019 sampai saat ini, mata kuliah yang diampu Bahasa Indonesia.

Selain menjadi dosen AKIPBA penulis juga menjadi Guru di SMA Bukit Asam dan pernah menjadi Kepala SMA Bukit Asam Tanjung Enim.

Penerbit :

PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Buku Gudang Ilmu, Membaca Solusi
Kebodohan, Menulis Cara Terbaik
Mengikat Ilmu. Everyday New Books

SONPEDIA.COM
PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Redaksi :

Jl. Kenali Jaya No 166

Kota Jambi 36129

Tel +6282177858344

Email: sonpediapublishing@gmail.com

Website: www.buku.sonpedia.com