



PENGANTAR

ILMU KOMUNIKASI

Efa Rubawati Syaifuddin, M.Med.Kom.

Enang Yusuf Nurjaman, M.I.Kom.

Dwi Iin Kahinah, M.Sos.I.

Mubaddillah Rafa'al, M.Med.Kom.

Masseni, M.Sos.I.



PENGANTAR
ILMU
KOMUNIKASI

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014
Tentang Hak Cipta

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Efa Rubawati Syaifuddin, M.Med.Kom.
Enang Yusuf Nurjaman, M.I.Kom.
Dwi Iin Kahinah, M.Sos.I.
Mubaddilah Rafa'al, M.Med.Kom.
Masseni, M.Sos.I.

PENGANTAR
**ILMU
KOMUNIKASI**



PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI

**Penulis: Efa Rubawati Syaifuddin, M.Med.Kom.
Enang Yusuf Nurjaman, M.I.Kom.
Dwi Iin Kahinan, M.Sos.I.
Mubaddilah Rafa'al, M.Med.Kom.
Masseni, M.Sos.I.**

ISBN: 978-623-495-698-6

Copyright ©Desember 2023
Ukuran: 15,5 cm X 23 cm; hlm.: viii + 112

Co-Writer: Riza Umami
Penyelarass Aksara: Bela Ardiyanti
Desainer sampul: Rian Saputra
Penata isi: Kelvin Syuhada Lunivananda

Cetakan I: Desember 2023

Diterbitkan, dicetak, dan didistribusikan oleh
CV. Literasi Nusantara Abadi
Perumahan Puncak Joyo Agung Residence Kav. B11 Merjosari
Kecamatan Lowokwaru Kota Malang
Telp : +6285887254603, +6285841411519
Email: penerbitlitnus@gmail.com
Web: www.penerbitlitnus.co.id
Anggota IKAPI No. 209/JTI/2018

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak baik sebagian atau keseluruhan isi buku dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.



Prakata

Hakikat manusia sebagai makhluk sosial mendorong individu untuk berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain. komunikasi merupakan alat untuk mengirimkan pesan dan informasi yang pada gilirannya memungkinkan perkembangan pemahaman dan pengetahuan manusia. Proses komunikasi ini telah ada sejak manusia pertama kali muncul dalam kehidupan. Sejak saat itu, terjadi pertukaran ide, informasi, gagasan, data, saran, permohonan, usulan, bahkan perintah.

Secara umum, komunikasi dapat didefinisikan sebagai upaya untuk mentransmisikan pesan antarindividu manusia. Ilmu komunikasi adalah disiplin ilmu yang mempelajari proses penyampaian pesan antara manusia. Objek kajian ilmu komunikasi adalah komunikasi itu sendiri, yaitu upaya untuk menyampaikan pesan antara individu. Ilmu komunikasi tidak mempertimbangkan proses penyampaian pesan kepada makhluk lain selain manusia seperti hewan dan tumbuhan.

Setiap tingkat dan situasi komunikasi memiliki latar belakang yang berbeda dan dampak yang berbeda pula pada individu, baik sebagai pengirim pesan (komunikator) maupun sebagai penerima pesan (komunikan). Hal ini juga akan memengaruhi bagaimana dan sejauh mana media komunikasi akan memiliki kekuatan yang relevan.

Komunikasi juga bukan hanya tentang pertukaran informasi atau pesan antara dua individu. Komunikasi juga dapat melibatkan banyak

individu, seperti kelompok, organisasi, atau masyarakat secara keseluruhan. Selain itu, komunikasi juga berperan sebagai perantara dalam interaksi antarbudaya.



Daftar Isi

| | |
|------------------|-----|
| Prakata | v |
| Daftar Isi | vii |

BAB I

| | |
|-------------------------------|---|
| HAKIKAT ILMU KOMUNIKASI | 1 |
|-------------------------------|---|

Efa Rubawati Syaifuddin, M.Med.Kom.

| | |
|---|----|
| Mengubah Fenomena menjadi Ilmu Komunikasi | 1 |
| Sifat Ilmu Komunikasi | 8 |
| Perkembangan serta Pendekatan Ilmu Komunikasi | 9 |
| Penelitian Komunikasi | 20 |

BAB II

| | |
|---------------------------------------|----|
| DEFINISI DAN HAKIKAT KOMUNIKASI | 35 |
|---------------------------------------|----|

Enang Yusuf Nurjaman, M.I.Kom.

| | |
|---|----|
| Definisi Komunikasi | 35 |
| Unsur-Unsur Komunikasi | 37 |
| Hakikat Komunikasi..... | 46 |
| Komunikasi sebagai Aktivitas Simbolik dan Pertukaran Makna | 52 |
| Komunikator Humanistik..... | 55 |

BAB III

| | |
|--------------------------------|----|
| KOMUNIKASI INTRAPERSONAL | 65 |
|--------------------------------|----|

Dwi Iin Kahinah, M.Sos.I.

| | |
|--|----|
| Definisi Komunikasi Intrapersonal | 65 |
| Komunikasi Intrapersonal dalam Bidang Psikologi..... | 66 |
| Proses Berpikir dan Konsekuensi dalam Dirinya..... | 67 |

BAB IV

| | |
|-------------------------------|----|
| KOMUNIKASI INTERPERSONAL..... | 79 |
|-------------------------------|----|

Masseni, M.Sos.I.

| | |
|---|----|
| Definisi Komunikasi Interpersonal | 79 |
| Keterkaitan antara Komunikasi dalam Intrapersonal dan Interpersonal..... | 81 |
| Keunggulan dan Keterbatasan Komunikasi Interpersonal | 83 |

BAB V

| | |
|------------------------|----|
| KOMUNIKASI MASSA | 85 |
|------------------------|----|

Mubaddilah Rafa'âl, M.Med.Kom.

| | |
|--------------------------------------|----|
| Definisi Komunikasi Massa..... | 85 |
| Model Komunikasi Massa | 88 |
| Media Massa | 90 |
| Pers Indonesia dan Politik Pers..... | 97 |

| | |
|---------------------|-----|
| Daftar Pustaka..... | 109 |
|---------------------|-----|



BAB I

HAKIKAT ILMU KOMUNIKASI

Efa Rubawati Syaifuddin, M.Med.Kom.

(Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam,

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sorong)

Mengubah Fenomena menjadi Ilmu Komunikasi

Dalam ilmu sosial, interaksi sosial terjadi karena ada dua faktor yang harus ada, yaitu kontak sosial dan komunikasi (Soerjono, 1985: 58). Komunikasi merujuk pada suatu proses di mana informasi dan pesan dapat disampaikan dari satu entitas (baik individu, objek, atau media) kepada yang lain.

Ketika tidak ada komunikasi, kemajuan dalam sejarah peradaban manusia akan terhambat karena tidak akan ada cara untuk berbagi ide, informasi, gagasan, dan pesan dengan orang lain. Sejak zaman kuno, manusia telah melakukan pertukaran informasi, pengetahuan, dan pemahaman yang memungkinkan perkembangan budaya, ekonomi, dan politik. Misalnya dalam sejarah, di masa pemerintahan Jengis Khan terdapat sistem komunikasi yang efisien seperti kurir yang membantu menghubungkan seluruh wilayah kerajaan dengan cepat. Hal yang sama terjadi pada kerajaan Mesopotamia (Mesir kuno) yang menggunakan perahu untuk menghubungkan berbagai wilayah melalui sungai Nil.

Sejak zaman kuno, penguasaan terhadap sumber-sumber komunikasi dan media komunikasi sering kali menjadi kunci kendali dan kekuasaan dalam masyarakat. Masyarakat yang memiliki akses pada media komunikasi yang lebih maju cenderung lebih sukses daripada yang hanya memiliki alat komunikasi sederhana. Sumber komunikasi yang mencakup pesan, informasi, dan wawasan memberikan pemahaman kepada individu, menjadi alat yang sah untuk memengaruhi orang lain. Pengetahuan dianggap sebagai sumber kekuasaan karena individu yang memiliki pengetahuan sering kali menjadi sumber informasi yang dicari oleh orang lain. Contohnya, dalam Yunani Kuno para dukun (*oracle*) berperan sebagai sumber informasi yang memengaruhi keputusan pemimpin atau raja. Selanjutnya, para filsuf dengan pengetahuan dan wawasan yang luas menjadi tokoh sentral yang sering diminta pendapatnya.

Seiring dengan berkembangnya keinginan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman, cara menyampaikan informasi juga mengalami perkembangan termasuk media yang digunakan. Bagaimana cara menyampaikan ide, pesan, informasi, dan pemahaman yang substansial dan menarik menjadi perhatian utama. Hal ini mendorong orang-orang dan ilmuwan untuk mempelajari seni menyampaikan pernyataan seperti melalui pidato. Ini merupakan awal dari penelitian dan penilaian terhadap cara komunikasi individu.

Pada abad ke-5 SM, terjadi perkembangan awal ilmu yang mempelajari proses komunikasi antarmanusia yang disebut *rhetorike* dalam bahasa Yunani. Pada masa Romawi kuno, istilah ini berkembang dalam bahasa Latin menjadi *rhetorika* yang sekarang dikenal sebagai retorika.

Di Yunani, seni retorika pertama kali berkembang dan diperkenalkan oleh Georgias (480—370 SM) yang dapat dianggap sebagai pendiri retorika dalam sejarah manusia. Pada masa Yunani Kuno, kaum Sofis menjadi kelompok yang aktif dalam mengembangkan seni retorika dan mereka juga menjadi pelopor ide-ide demokrasi serta pemerintahan yang mewakili rakyat. Oleh karena itu, keterampilan berbicara menjadi sangat penting dalam konteks demokratisasi politik. Akan tetapi, pandangan

kaum Sofis yang melihat pidato sebagai alat untuk memikat perhatian dan memengaruhi pendapat melalui bahasa yang indah mendapat kritik dari tokoh lain seperti Protagoras (500—432 SM) dan Socrates (469—432 SM).

Protagoras berpendapat bahwa seni berbicara tidak hanya harus digunakan untuk tujuan kemenangan, tetapi juga untuk menciptakan keindahan dalam bahasa. Sementara itu, Socrates berpendapat bahwa retorika seharusnya digunakan untuk mencapai kebenaran melalui dialog sebagai metodenya. Dalam dialog, kebenaran akan muncul dengan sendirinya dan ini menjadi dasar bagi teori dialektika yang dikembangkan oleh Karl Marx pada zaman modern. Kemudian, Plato yang merupakan murid Socrates melihat bahwa retorika memiliki peran penting dalam persiapan individu untuk menjadi pemimpin negara.

Puncak kejayaan seni retorika Yunani terjadi pada masa Demosthenes (384—322 SM) dan Aristoteles. Demosthenes meninggalkan warisan berupa 61 naskah pidato, salah satunya yang sangat terkenal adalah pidato yang berjudul *Tentang Karang Bunga*. Dalam pidato ini, Demosthenes mengucapkan terima kasih kepada rakyat yang memuji dirinya ketika ia berhasil mengalahkan lawannya, yaitu Aichines.

Aristoteles mengintegrasikan seni retorika ke dalam ranah filsafat. Aristoteles menyatakan, “Dalam retorika, Anda dapat membangkitkan emosi yang merupakan hal baik, tetapi argumen yang Anda sampaikan haruslah dapat dipertanggungjawabkan. Tujuan utama dari retorika adalah untuk membuktikan atau menunjukkan bukti atas pernyataan yang dibuat oleh pembicara. Ini berhubungan dengan logika dalam retorika. Retorika dapat memicu perasaan sesaat meskipun lebih efektif daripada silogisme. Pernyataan yang diajukan dalam logika dan dalam retorika akan menjadi benar jika diuji melalui dasar-dasar logika.” (Effendy, 2003: 4).

Dalam sejarah perkembangan filsafat dan ilmu pengetahuan, Aristoteles dikenal sebagai tokoh yang merumuskan dasar-dasar ilmu logika. Ia telah menggagaskan sejumlah hukum yang mengatur kesimpulan yang valid atau argumen yang sah. Sebagai contoh, Aristoteles menyatakan bahwa “Semua makhluk hidup akan mengalami kematian” sebagai premis

pertama dan kemudian menyatakan bahwa “Kucing adalah makhluk hidup” sebagai premis kedua maka dapat disimpulkan bahwa kucing akan mengalami kematian.

Walaupun Aristoteles adalah murid Plato, pandangan filosofisnya berbeda dengan pandangan Plato. Plato dikenal sebagai pendiri idealisme filosofis yang sangat tertarik pada bentuk-bentuk abstrak yang bersifat abadi seperti ide-ide. Sebaliknya, Aristoteles lebih fokus pada pengamatan tentang perubahan dan proses alam sehingga filsafatnya lebih mengarah ke arah realisme. Ia ingin menyelidiki sifat umum dari segala yang ada di dunia ini. Konsep *prima philosophia*, yaitu filsafat pertama dan paling mendasar adalah tentang mencari esensi paling mendasar dari realitas. Oleh karena itu, filsafatnya lebih berfokus pada ontologi atau pemahaman tentang realitas yang mencerminkan pandangan realistik (berbeda dengan pandangan idealis).

Sementara itu, Plato melihat benda-benda yang terlihat sebagai bayangan dari bentuk-bentuk murni yang ada dalam dunia ide (dunia citraan). Aristoteles berpendapat bahwa hakikat suatu benda adalah benda itu sendiri. Hakikat dan bentuknya ada dalam substansi benda tersebut sehingga harus mencari kesatuan objektif dalam berbagai bentuk tersebut. Konsep benda yang umum pertama adalah substansi, sementara jenisnya adalah hal yang kedua. Namun, benda yang umum tersebut tidak eksis secara *independent* melainkan terdapat dalam benda-benda yang khusus. Kesamaan yang umum tersebut dinilai berdasarkan nilai dan tingkatannya serta merupakan hal yang paling awal untuk dipahami.

Oleh karena itu, Aristoteles memandang retorika sebagai sebuah konsep yang realis. Bagi Aristoteles, retorika memiliki beberapa makna seperti sebagai berikut.

1. Seni persuasi melalui pernyataan yang memiliki dasar logis.
2. Penyajian yang singkat, jelas, dan meyakinkan.
3. Penggunaan bahasa yang indah dirancang untuk berbagai tujuan, seperti memperbaiki, memberi petunjuk, mendorong, dan mempertahankan argumen.

Di Romawi, studi tentang ekspresi lisan manusia dikembangkan oleh Marcus Tullius Cicero (106—43 SM). Ia terkenal sebagai seorang orator dan juga dikenal melalui karyanya yang berjudul *De Oratore* yang membahas topik ini. Dalam pidatonya, Cicero memiliki suara yang kuat dan berirama sehingga mampu menggetarkan pendengarnya pada saat-saat tegas serta menarik emosi saat bernada lembut. Terkadang, ia bahkan berbicara sambil menitikkan air mata.

Cicero menjadikan retorika sebagai disiplin ilmu dan menurut pandangannya, retorika memiliki dua tujuan utama, yaitu sebagai alat untuk memberikan anjuran atau persuasi (*suasio*) dan sebagai alat untuk menolak atau menentang suatu pandangan atau gagasan (*dissuasio*).

Gaya retorika menurut Cicero melibatkan serangkaian tahapan sebagai berikut.

1. *Investio*

Pada tahap ini, terlibat dalam proses mencari materi dan topik yang akan disampaikan dalam pidato. Materi yang telah ditemukan bersama dengan bukti-bukti yang relevan akan dibahas secara ringkas dengan tujuan untuk memberikan pendidikan kepada pendengar, membangkitkan kepercayaan, dan memengaruhi emosi.

2. *Ordo collocatio*

Ordo collocatio adalah tahap dalam menyusun pidato di mana seorang pembicara perlu memiliki keterampilan untuk mengorganisir kata-kata dan gagasan-gagasan sesuai dengan urutan yang paling relevan, signifikan, kurang signifikan, dan tidak signifikan dalam konteks pidato tersebut.

Dalam konteks ini, penyusunan pidato secara sistematis dibagi menjadi beberapa hal sebagai berikut.

1. *Exordium* (pendahuluan).
2. *Narratio* (penjelasan atau pemaparan).
3. *Conformatio* (penegasan atau pembuktian).
4. *Reputatio* (pertimbangan atau refleksi).
5. *Peraratio* (penutup).

Penelitian dalam bidang komunikasi yang menekankan aspek penyampaian pesan melalui kata-kata, terutama dalam konteks keterampilan berpidato dan retorika masih memiliki relevansi yang kuat dalam dunia saat ini. Selain itu, perlu dicatat bahwa pengkajian awal tentang studi media telah ada meskipun belum dapat dianggap sebagai ilmu yang matang. Sebagai contoh, pada masa Romawi seperti pada masa pemerintahan Gaius Julius Caesar (100—44 SM) telah ada peraturan yang mengharuskan aktivitas senat untuk diumumkan kepada masyarakat melalui papan pengumuman yang disebut *Acta Diurna*. Proses ini mirip dengan praktik jurnalisme modern saat ini, di mana aktivitas politik dan pemerintahan dilaporkan kepada masyarakat untuk diinformasikan, dievaluasi, dan didiskusikan.

Hingga tahun 1 Masehi publikasi seperti ini masih menggunakan berbagai media, seperti daun lontar, *papyrus*, kulit binatang, logam tipis, dan materi lainnya. Perubahan signifikan terjadi ketika kertas ditemukan oleh peradaban China pada tahun 105 Masehi yang kemudian menjadi media utama untuk menyampaikan pesan dan informasi. Kemajuan selanjutnya adalah penemuan mesin cetak oleh Johannes Gutenberg di Jerman (1400—1468) yang membuktikan bahwa publikasi dapat dilakukan secara massal berkat kemampuan mesin ini untuk mencetak teks dalam jumlah besar. Ini memungkinkan penyebaran informasi, pesan, wawasan, dan pengetahuan secara luas kepada masyarakat, khususnya mereka yang terdidik. Pada tahun 1609, surat kabar pertama muncul di Jerman dengan nama *Avisa relation Oder Zeitung* dan diikuti oleh *weekly news* yang diterbitkan di Inggris pada tahun 1622.

Seiring berjalannya waktu, surat kabar menjadi kekuatan yang memiliki pengaruh yang signifikan. Tidak mengherankan jika tokoh-tokoh besar seperti Napoleon Bonaparte mengungkapkan ketakutannya terhadap empat surat kabar daripada ratusan tentara dengan senjata. Hal ini menunjukkan bahwa surat kabar telah memiliki kemampuan untuk menciptakan opini publik yang dapat memengaruhi, membimbing, dan mengontrol masyarakat.

Pada abad ke-19 bidang ilmu yang berkaitan dengan surat kabar mulai berkembang di Eropa. Misalnya, di Prancis muncul *Science de la Presse*, di Inggris muncul *Science of the Press*, dan di Jerman ada *Zeitungswissenschaft*. Pada bulan Mei 1933 diadakan Kongres Internasional para guru universitas dalam ilmu persuratkabaran di Amsterdam, Belanda.

Salah satu kemajuan yang sangat penting pada periode ini adalah perkembangan ilmu persuratkabaran atau ilmu publisistik (*publizistik wissenschaft*) yang selanjutnya berkembang menjadi disiplin ilmu yang lebih luas, saat ini dikenal sebagai ilmu komunikasi. Profesor Bucher merupakan tokoh pertama yang memperkenalkan ilmu persuratkabaran di universitas yang dimulai dari Universitas Bazel di Jerman pada tahun 1884. Mata pelajarannya mencakup berbagai topik, termasuk sejarah pers, organisasi pers, dan statistik pers. Pengajaran ini kemudian diteruskan di Universitas Leipzig setelah tahun 1892.

Dalam bidang studi Publisistik, ditekankan bahwa setiap pernyataan yang disampaikan kepada masyarakat melalui berbagai media, baik yang berbentuk cetak maupun elektronik akan membentuk hubungan emosional antara pelaku publikasi dan audiensnya. Hubungan ini merupakan sebuah proses yang menurut Prof. Dr. Walter Hegemann bisa dibagi menjadi tiga tahap sebagai berikut.

1. *Des ereignis* (peristiwa)

Tahap ini mencakup seluruh proses kegiatan seorang pelaku publikasi, mulai dari peliputan suatu peristiwa di masyarakat, pengolahan informasi tersebut di redaksi, hingga penyebaran kepada audiens. Peristiwa ini dapat dibedakan menjadi peristiwa primer (peristiwa yang dapat dirasakan oleh indra) dan peristiwa sekunder (peristiwa yang berhubungan dengan reaksi psikologis akibat mengalami peristiwa primer).

2. *Der empfangen* (penerima)

Pada tahap ini, audiens atau masyarakat yang menerima informasi disampaikan menjadi terlibat. Informasi yang disebarakan berasal dari audiens masyarakat dan informasi tersebut juga akan kembali disampaikan kepada masyarakat.

3. *Die wirkung* (pengaruh)

Pada tahap ini, evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana dampak yang muncul akibat penyebaran informasi dan pendapat kepada masyarakat. Hasil dari tahap ini dapat berupa pembentukan opini publik sebagai konsekuensi dari informasi yang telah disampaikan. Opini publik bisa mencerminkan tingkat persetujuan atau penolakan terhadap pesan yang disebar. Jika terdapat banyak persetujuan maka dapat dianggap bahwa surat kabar atau media telah berhasil memengaruhi masyarakat.

Sifat Ilmu Komunikasi

Penggunaan kata ilmu mengandung konotasi ilmiah yang berarti didasarkan pada prinsip-prinsip ilmiah, seperti bukti, metode penemuan, relevansi, dan cakupan yang sesuai. R. Harre mendefinisikan ilmu sebagai kumpulan teori yang telah diuji dan terbukti validitasnya yang menjelaskan pola-pola teratur maupun tidak teratur antara fenomena yang diteliti melalui penelitian yang cermat (R. Harre, 1995: 62).

Sebagai suatu prosedur, ilmu melibatkan penggunaan metode yang ketat untuk memastikan bahwa proses pencarian pengetahuan dilakukan dengan benar. Untuk mencapai pengetahuan yang benar, diperlukan penerapan metode atau prosedur yang sesuai. Proses ini menggarisbawahi pentingnya mengikuti langkah-langkah khusus untuk mencapai kesimpulan yang akurat.

Sebagai hasil atau produk, ilmu merujuk pada pengetahuan yang diperoleh melalui aktivitas pencarian pengetahuan atau kegiatan ilmiah. Dalam konteks ini, ilmu dianggap sebagai entitas yang sudah ada ditemukan melalui upaya mencari pengetahuan atau praktik ilmiah. Produk ini sering kali digunakan atau dikembangkan lebih lanjut untuk mendapatkan pemahaman lebih dalam yang bermanfaat bagi individu.

Dari segi penerapannya, ilmu pengetahuan umumnya dapat dibagi menjadi dua kategori sebagai berikut.

1. Ilmu pengetahuan murni (*pure science*)

Jenis ilmu pengetahuan ini memiliki tujuan utama untuk mengembangkan dan memperluas pengetahuan secara abstrak tanpa fokus pada aplikasi praktisnya. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman tentang fenomena alam dan lingkungan di sekitar.

2. Ilmu pengetahuan terapan (*applied science*)

Ilmu pengetahuan terapan adalah bidang pengetahuan yang tumbuh dan berkembang dengan mengintegrasikan atau menerapkan konsep-konsep dari berbagai disiplin ilmu murni. Sebagai contoh, dalam ilmu pendidikan prinsip-prinsip yang berasal dari psikologi, antropologi, dan sosiologi digunakan dalam pengembangan teori dan praktik pendidikan. Ilmu manajemen juga mengadopsi konsep-konsep dari berbagai disiplin ilmu, seperti psikologi, ekonomi, antropologi, dan sosiologi.

Ilmu pengetahuan ini, sebaliknya fokus pada penerapan pengetahuan dalam masyarakat dengan tujuan konkret untuk membantu masyarakat dalam mengatasi masalah-masalah praktis. Ilmu ini mengambil hasil dari ilmu pengetahuan murni dan menggunakannya untuk memecahkan masalah dalam berbagai bidang.

Ilmu komunikasi dapat menggunakan konsep-konsep dari ilmu alam atau eksakta yang bersifat terapan. Sebagai contoh, beberapa teori atau model komunikasi seperti model komunikasi Shannon-Weaver yang dijelaskan dalam buku *The Mathematical Theory of Communication* (1949) yang dikembangkan dalam konteks ilmu eksakta.

Perkembangan serta Pendekatan Ilmu Komunikasi

Pada akhirnya media hanyalah satu bagian dari proses komunikasi yang lebih luas yang terjadi dalam kehidupan. Pada tahun 1960, Carl I. Hovland memperkenalkan istilah ilmu komunikasi (*science of communication*) dalam karyanya *Social Communication*. Istilah ini didefinisikan sebagai upaya sistematis untuk secara ketat merumuskan bagaimana informasi disampaikan dan bagaimana opini serta sikap terbentuk dalam proses tersebut.

Pada tahun 1967, Keith Brooks menerbitkan buku *The Communicative Arts of Science of Speech* yang memberikan gambaran komprehensif tentang konsep ilmu komunikasi. Sebelas ahli komunikasi dari berbagai universitas terkemuka di Amerika Serikat (AS) berkontribusi dalam buku *Message Effects in Communication Science* yang diterbitkan pada tahun 1989 dan diedit oleh James J. Bradac.

Penting untuk diakui bahwa munculnya ilmu komunikasi sebagai disiplin ilmu yang mandiri adalah hasil dari perkembangan yang panjang. Dalam sejarah ilmu pengetahuan, ilmu komunikasi merupakan salah satu cabang ilmu yang relatif baru. Hal ini juga diakui oleh Stephen W. Littlejohn yang menyatakan bahwa “*Communication is still a young discipline, but it is no longer in its infancy.*” Dalam pernyataannya ini, ia menekankan bahwa ilmu komunikasi adalah disiplin ilmu yang masih dalam tahap pengembangan, tetapi telah mengalami pertumbuhan yang pesat.

Ilmu komunikasi terus berkembang sebagai respons terhadap tuntutan masyarakat yang semakin rumit dalam hal interaksi dan keterkaitan. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mempercepat pertumbuhan ilmu komunikasi karena tuntutan akan kemudahan berkomunikasi dan berbagi informasi semakin meningkat.

Beberapa tokoh yang dianggap sebagai pelopor ilmu komunikasi di Amerika Serikat termasuk Harold Laswell, Kurt Lewin, Paul Lazarfeld, Carl Hovland, dan Wilbur Schramm. Harold D. Laswell yang memiliki latar belakang dalam ilmu politik dipengaruhi oleh pemikiran John Dewey, George Mead, dan Robert Park. Ia juga menjadi salah satu ilmuwan sosial Amerika pertama yang tertarik pada psikoanalisis Sigmund Freud. Kontribusinya yang terkenal dalam ilmu komunikasi tercantum dalam bukunya *Propaganda and Communication in World History* di mana ia merumuskan sejumlah konsep penting yang masih digunakan dalam penelitian komunikasi. Salah satu definisi terkenalnya adalah “*who, says what, in which channel, to whom, with what effect* (Harold D, 1980).”

Kurt Lewin adalah seorang ilmuwan yang berasal dari Jerman dan mengajar di Universitas Berlin. Namun, ketika rezim Nazi berkuasa pada

tahun 1933, ia melarikan diri ke Amerika dan bergabung dengan University of Iowa. Kurt Lewin yang juga dipengaruhi oleh pemikiran Sigmund Freud melakukan banyak penelitian eksperimental yang mempelajari dinamika kelompok dalam konteks komunikasi. Selama kariernya, ia juga memberikan perhatian khusus pada studi *gatekeeping* yang mengkaji kontrol terhadap aliran informasi melalui berbagai saluran komunikasi hingga akhir hayatnya pada tahun 1947.

Paul F. Lazarsfeld memiliki latar belakang dalam ilmu matematika dan sosiologi. Ia lahir pada tahun 1901 dan meraih gelar doktor dalam ilmu matematika dari University of Vienna, Austria, pada tahun 1920. Namun, ketika Nazi Jerman berkuasa pada tahun 1933, ia meninggalkan Austria. Pada tahun 1939, Lazarsfeld bergabung dengan Columbia University, New York sebagai seorang profesor sosiologi.

Paul F. Lazarsfeld sangat dipengaruhi oleh pemikiran Sigmund Freud yang memotivasi minatnya dalam studi tentang sumber-sumber perilaku manusia. Pada masa itu, radio memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat Amerika dan ia aktif dalam penelitian tentang audiens dan efek media menggunakan metode survei dan wawancara. Aktivitas ini memberikan kontribusi besar pada perkembangan ilmu komunikasi dan membantu meletakkan dasar bagi penelitian dalam bidang komunikasi. Salah satu kontribusinya yang signifikan adalah pengembangan teori komunikasi dua langkah (*two-step flow*) yang menekankan bahwa pengaruh media terhadap perilaku pemilihan sangat terbatas dibandingkan dengan pengaruh saluran komunikasi antarpribadi yang melibatkan peran pemimpin pendapat (*opinion leader*) (Paul dan Robert, 1975).

Carl I. Hovland adalah seorang pelopor dalam bidang komunikasi yang dapat dianggap sebagai ahli asal Amerika Serikat. Ketika Perang Dunia II pecah, ia diundang oleh kantor penerangan Amerika Serikat untuk melakukan penelitian tentang dampak film terhadap moral tentara. Hovland melakukan studi tentang bagaimana kredibilitas sumber, penyajian pesan dalam satu sisi (*one side*) atau dua sisi (*two side*) serta aspek kekuatan pesan berpengaruh terhadap tentara (Hovland, 1953).

Wilbur Schramm adalah seorang murid dari Kurt Lewin yang memiliki latar belakang ilmu dalam bidang kesastraan. Lahir pada tahun 1908, ia meraih gelar master dari Harvard University dan gelar doktor dalam bidang kesusastraan Amerika dari University of Iowa. Pada awalnya, ia mengajar mata kuliah *creative writing*. Ketika Perang Dunia II berkecamuk, ia bekerja di Kantor Penerangan Angkatan Perang Amerika Serikat di mana ia berkolaborasi dengan Harold Lasswell. Empat tahun setelah perang, ia pindah ke University of Illinois di mana ia mendirikan lembaga pendidikan dan penelitian di bidang komunikasi.

Schramm menjadi tokoh pertama yang membuka program doktor dalam bidang komunikasi pada tahun 1950. Ia dengan setia mendedikasikan dirinya di bidang komunikasi hingga akhir hayatnya pada tahun 1987. Schramm dikenal sebagai tokoh yang pertama kali mengintegrasikan berbagai bidang ilmu sosial, seperti psikologi sosial, antropologi, ilmu politik, dan ekonomi untuk mengembangkan ilmu komunikasi (Schramm, 2003: 23). Wilbur Schramm memiliki peran yang sangat signifikan dalam perkembangan ilmu komunikasi, baik melalui karya-karyanya maupun melalui kontribusinya dalam mendirikan Institut Penelitian Sosial di Universitas Illinois pada tahun 1948. Hingga tahun 1988, institusi ini telah meluluskan 205 doktor dalam bidang komunikasi.

Menurut pandangan Hanno Hardt meskipun ilmu komunikasi mazhab Amerika mendominasi kajian komunikasi di berbagai negara, asal mula perkembangannya bukan berasal dari Amerika melainkan muncul di Eropa. Dalam bukunya *Critical Communication Studies: Communication, History, and Theory in America* yang ditulis pada tahun 1992 (Hardt, 2005), Hanno Hardt mencoba mengungkap tren dan asal mula ilmu komunikasi mazhab Amerika ini, termasuk hubungannya dengan dinamika persaingan kepentingan dalam konteks ekonomi politik.

Menurut pandangan Hanno Hardt, studi komunikasi dan media di Amerika Serikat pertama muncul pada tahun 1940-an dengan perhatian awal yang mencerminkan kebutuhan untuk membangun masyarakat yang mendukung kepentingan ekonomi-politik. Ciri-ciri dari mazhab Chicago yang juga dikenal sebagai *Chicago School* adalah pendekatan yang pragmatis,

penelitian yang bersifat empiris, pendekatan positivistik, kurangnya fokus pada sejarah, dan kurangnya refleksi.

John Dewey sering dianggap sebagai filsuf komunikasi pertama adalah tokoh dengan pandangan pragmatis yang meyakini bahwa suatu ide adalah benar jika dapat diterapkan dalam praktik. Pandangan pragmatis ini menolak pemisahan antara pemikiran dan materi, serta antara subjek dan objek. Menurut Hardt, pragmatisme merupakan usaha Amerika untuk beradaptasi dengan kondisi modern, memutuskan dengan pandangan absolutisme yang mendominasi pemikiran akademis sebelumnya serta menciptakan kerangka filosofis bagi penelitian ilmu sosial pada abad ke-20.

Dengan demikian, dalam bidang komunikasi di Amerika Serikat merupakan hasil dari proses sejarah yang melibatkan latar belakang sosial tertentu di mana penelitian tentang komunikasi bertemu dengan aspirasi terhadap pengalaman sosial-politik. Pemahaman tentang komunikasi juga terkait dengan ide-ide tentang demokrasi dan masyarakat yang sesuai dengan konsep masyarakat pluralis-liberal yang mengandung definisi fungsional individu, hubungan antara individu, serta pemeliharaan masyarakat secara keseluruhan. Kepentingan dominan dalam penelitian komunikasi didukung oleh stabilitas kondisi politik dan ekonomi serta mendapat dukungan dari kepentingan komersial dalam penelitian sosial. Kepentingan dominan ini juga terlibat dalam mendukung status dan menciptakan posisi yang nyaman di antara ilmu-ilmu sosial terapan sehingga memperkuat dasar pemikiran dalam praktik penelitian komunikasi yang dominan.

Perkembangan studi komunikasi dan media terus berlangsung didasarkan pada keyakinan bersama yang mengacu pada dominasi masyarakat Amerika, sifat industrial-teknologisnya, serta kepercayaan pada pengetahuan ilmiah yang dianggap netral dari kepentingan. Arah pragmatis dalam ilmu komunikasi mulai mendapatkan kritik di Amerika, terutama melalui pengaruh pemikiran Eropa yang lebih kritis bahkan radikal. Sebagai hasilnya, tradisi kritis dalam ilmu komunikasi mulai muncul terpengaruh oleh tradisi Marxis yang dikembangkan oleh pemikir Inggris, Prancis, dan terutama Jerman.

Tradisi kritis dalam ilmu komunikasi menekankan analisis kekuasaan dalam hubungan komunikasi melalui media dan elite. Salah satu pendekatan dalam ilmu komunikasi adalah model ekonomi politik yang didasarkan pada teori media yang tumbuh dari pendekatan Marxis. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami peran media dalam melayani kepentingan kelas penguasa, terutama pemilik modal yang mengendalikan media.

Kemudian muncul teori kritis yang berbeda dengan pendekatan Marxis ortodoks yang dianggap terlalu menyederhanakan isu komunikasi menjadi isu ekonomi dan berfokus pada kelas. Selanjutnya, muncul juga pendekatan yang dikenal sebagai kaum Neo-Marxis yang berasal dari Jerman, terutama mazhab Frankfurt yang kemudian memengaruhi Eropa. Seperti Marxis ortodoks, kaum Neo-Marxis sangat kritis terhadap hubungan kekuasaan dalam komunikasi baik dalam relasi antara yang berkuasa dan yang dikuasai maupun dalam konteks yang melibatkan kekuatan dan kerentanannya.

Kaum Neo-Marxis mengembangkan pendekatan yang lebih beragam daripada sekadar pendekatan kelas. Mereka melihat penindasan dalam hubungan pengetahuan dan komunikasi dari berbagai dimensi, termasuk aspek ras, etnis, gender, dan kelas sosial. Mazhab Frankfurt juga terkenal karena mengembangkan teori kritis yang kritis terhadap kapitalisme, otoritarianisme, dan bahkan Marxis ortodoks.

Tokoh-tokoh terkemuka dari mazhab Frankfurt, seperti Max Horkheimer, Herbert Marcuse, dan Theodor Adorno memainkan peran sentral dalam perkembangan studi kritis terhadap komunikasi dan media. Pengaruh aliran ini kemudian membawa masuk pendekatan budaya (*cultural studies*) dalam kajian komunikasi yang pertama kali berkembang di Inggris, terutama di Universitas Birmingham pada tahun 1950-an. Tokoh-tokoh seperti Richard Hoggart, Raymond Williams, dan E. P. Thompson turut berperan dalam pengembangan pendekatan ini dan Stuart Hall menjadi salah satu yang meneruskan gerakan ini pada tahun 1970-an.

Selain pendekatan budaya, perspektif feminis juga memberikan dampak besar pada studi komunikasi. Gerakan feminis merupakan gerakan politik, budaya, dan ekonomi yang bertujuan mencapai kesetaraan gender

dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk politik, ekonomi, dan budaya. Gerakan ini dimulai sejak Revolusi Prancis pada tahun 1789 dan melibatkan perempuan dari berbagai lapisan masyarakat, baik kelas menengah atas maupun kelas pekerja yang merasa terpinggirkan oleh sistem patriarki yang mendominasi hubungan keluarga dan struktur masyarakat pada waktu itu.

Pada awal abad ke-20 Revolusi Rusia memberikan kontribusi penting bagi gerakan feminis dengan berbagai nuansa, termasuk yang berorientasi Marxis-Sosialis. Banyak tokoh perempuan aktif dalam Revolusi Bolshevik dan setelah terbentuknya pemerintahan sosialis, mereka terus mempromosikan agenda feminis dalam kerangka gerakan Marxis-Sosialis. Salah satu contoh penting adalah hubungan antara Vladimir Lenin dan Alexandra Kollontai. Lenin pernah mengatakan kepada Kollontai “Tugas Anda adalah membersihkan prasangka-prasangka daripada memperbanyak literatur-literatur feminis.” Dengan demikian, teori feminis menjadi lebih inklusif dan melibatkan perempuan dari berbagai latar belakang, termasuk etnis dan sosial.

Perkembangan gerakan feminis semakin pesat sejak tahun 1960-an, saat gerakan hak-hak sipil di Amerika Serikat mencapai puncaknya dan kekuasaan kolonial Eropa di wilayah Afrika, Karibia, dan Asia Tenggara mulai merosot. Pada saat itu, perempuan dari negara-negara yang sebelumnya terjajah dan memiliki latar belakang kulit, etnis, dan ras yang beragam serta hidup dalam kondisi kemiskinan juga menjadi kontributor penting dalam gerakan feminis. Mereka membawa pandangan dan pengalaman yang beragam ke dalam gerakan ini (Narayan, 1997). Hingga saat ini, berbagai gerakan feminis telah bermunculan dengan latar belakang, tujuan, dan pandangan ideologi yang beragam yang tercermin dalam tindakan, program, dan gaya hidup para aktivis feminis.

Pemikiran feminis juga telah merambah ke dunia akademis, termasuk dalam ilmu komunikasi. Salah satu alasannya adalah adanya ketidakseimbangan kekuasaan gender yang menyebabkan suara perempuan sering kali tidak diberikan ruang yang cukup di ranah publik, terutama melalui media komunikasi. Feminis menyadari bahwa kesadaran patriarki

yang menciptakan bias gender dalam berbagai aspek sering kali tersebar melalui media. Oleh karena itu, studi mengenai bagaimana media membentuk posisi dan peran perempuan telah menjadi topik yang semakin penting dalam ilmu sosial, terutama dalam ilmu komunikasi.

Bias gender tidak hanya terbatas pada media massa yang populer, tetapi juga hadir dalam konteks pendidikan di mana media pembelajaran dan materi pelajaran sering kali menggambarkan stereotip terhadap perempuan. Sebagai contoh, dalam buku pelajaran sering kali digambarkan bahwa posisi-posisi penting selalu dipegang oleh laki-laki, sementara perempuan sering digambarkan dalam peran-peran tradisional seperti pekerjaan rumah tangga (menjahit, memasak, dan mencuci).

Ketidakseimbangan gender dalam pendidikan dapat merusak proses sosialisasi dan internalisasi pengetahuan serta menciptakan pemahaman dan kesadaran yang tidak seimbang pada siswa. Pembelajaran yang mengandung bias gender dapat merugikan perempuan dan memiliki dampak psikologis karena peran serta posisi sudah diprediksi dan dibatasi oleh pandangan yang diberikan kepada mereka.

Hal ini berkaitan dengan bagaimana pandangan serta pengetahuan tentang laki-laki dan perempuan didefinisikan. Menurut Susilastuti, pandangan tentang gender mencakup serangkaian keyakinan dan pendapat yang dianggap norma untuk laki-laki dan perempuan serta atribut-atribut yang dianggap sebagai karakteristik maskulinitas dan femininitas. Norma-norma ini diperkenalkan dan diperkuat secara berkelanjutan melalui berbagai lembaga, seperti keluarga, sekolah, agama, dan pemerintah. Gender adalah konsep yang merujuk pada atribut yang melekat pada individu, baik laki-laki maupun perempuan yang dibentuk oleh faktor-faktor sosial dan budaya serta eksistensinya sangat bergantung pada bagaimana masyarakat mendefinisikan gender (Fakih, 1996: 8).

Apabila para guru memiliki pemahaman yang dipenuhi oleh bias gender cenderung akan menyebarkan ideologi patriarki kepada siswa-siswi. Banyak dari guru-guru ini tumbuh dalam masyarakat yang bersifat patriarkal dan bahkan telah menerima pandangan gender yang sangat

tradisional sejak masa kecil dan akan mengajar dengan merujuk pada sudut pandang ini di dalam kelas. Sesuai dengan pandangan Murniati (1992: 28), perkataan, kata-kata, dan informasi yang diberikan oleh para guru serta kalimat-kalimat yang dibaca oleh anak-anak sejak usia dini membentuk dasar pemahaman yang dapat berubah menjadi ideologi ketika tumbuh dewasa. Ini tentu saja akan memengaruhi pandangan dan sikap anak-anak tersebut.

Pada tahun 2000, UNICEF melakukan analisis yang mengungkapkan bahwa buku pelajaran yang digunakan di Sekolah Dasar cenderung lebih menonjolkan karakteristik anak laki-laki daripada anak perempuan. Ilustrasi dalam buku pelajaran menampilkan peran anak laki-laki yang lebih beragam dan kreatif dibandingkan dengan anak perempuan. Selain itu, buku-buku tersebut lebih sering menekankan nama atau merujuk pada karakter anak laki-laki daripada anak perempuan.

Penelitian yang dilakukan oleh Logsdon pada tahun 1985 juga menemukan adanya bias gender dalam buku-buku teks yang digunakan di Sekolah Dasar, termasuk dalam pelajaran Bahasa Indonesia dan mata pelajaran lainnya. Bias gender ini tercermin dalam pemisahan peran antara laki-laki dan perempuan dalam buku-buku tersebut. Ayah sering digambarkan bekerja di sektor publik seperti kantor atau kebun, sementara ibu digambarkan beraktivitas di sektor domestik seperti dapur, memasak, mencuci, atau mengasuh adik-adik. Stereotip gender ini masih ada hingga saat ini dan memengaruhi keputusan calon mahasiswa dalam memilih spesialisasi di sekolah kejuruan dan universitas. Diskriminasi atau bias gender ini tampaknya telah disadari oleh calon mahasiswa, baik laki-laki maupun perempuan yang memengaruhi pilihan mereka. mahasiswi perempuan cenderung memilih bidang ilmu sosial, sementara mahasiswa laki-laki lebih banyak memilih bidang teknologi.

Oleh karena itu, kaum feminis dalam ilmu komunikasi telah mengembangkan pendekatan khusus. Contohnya, Laurie P. Arliss dan Deborah J. Borisoff membahas pendekatan feminisme dalam buku mereka yang berjudul *Women and Men Communicating: Challenge and Change* yang

diterbitkan pada tahun 1999. Dalam buku ini, menekankan pentingnya pemahaman tingkat tinggi dan upaya untuk meningkatkan efektivitas komunikasi sebagai prasyarat utama dalam menciptakan keadilan dan keseimbangan gender. Mereka berusaha menjawab pertanyaan mengenai perbedaan dalam pola komunikasi antara perempuan dan laki-laki serta dampak perbedaan tersebut dalam hubungan antarmanusia.

Barbara Bate dan Judy Bowker dalam buku *Communication and the Sexes* yang diterbitkan pada tahun 2000 telah mengulas pengalaman yang sering terjadi dalam konteks layanan kesehatan. Mereka menemukan bahwa komunikasi yang tidak efektif dalam layanan kesehatan sering kali disebabkan oleh kesalahpahaman, konflik, situasi yang tidak nyaman, dan kurangnya pemahaman tentang komunikasi antarmanusia. Semua dampak tersebut ternyata dipengaruhi oleh faktor jenis kelamin. Mereka menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif dalam konteks gender akan tercapai jika memahami perbedaan dalam penggunaan bahasa, istilah, pesan verbal dan non-verbal antara laki-laki dan perempuan serta berbagai faktor lainnya, seperti budaya, peran keluarga, tingkat pendidikan, lingkungan kerja, media, dan isu-isu yang terkait dengan gender.

Deborah Borisoff dan Lisa Merrill dalam buku *The Power to Communicate: Gender Differences as Barriers* yang diterbitkan pada tahun 1999 telah membahas perspektif penting yang harus diperhatikan dalam komunikasi profesional antara laki-laki dan perempuan. Mereka mencatat bahwa terdapat perbedaan dalam praktik komunikasi, termasuk dalam hal stereotip, perilaku verbal dan non-verbal, serta komunikasi verbal-vokal antara laki-laki dan perempuan.

Kehadiran kesadaran gender telah memungkinkan peran perempuan untuk diterima dengan lebih baik dalam masyarakat daripada sebelumnya yang merupakan hasil dari perjuangan kaum feminis. Meskipun demikian, masih banyak konten komunikasi yang masih menggambarkan perempuan dari sudut pandang kepentingan ekonomi (kapitalis) dengan menggambarkan perempuan sebagai objek seksual dalam berbagai media massa.

Tetapi, dengan munculnya pendekatan-pendekatan alternatif telah memberikan ruang bagi ilmu komunikasi untuk berkembang dan memberikan wawasan ilmiah serta kritis tentang bagaimana komunikasi memengaruhi kehidupan individu. Ilmu komunikasi diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana komunikasi sebagai bagian integral dari kehidupan manusia dapat menciptakan hubungan yang lebih manusiawi.

Tetapi, masih ada gejala dalam komunikasi saat ini yang sangat dipengaruhi oleh kepentingan pasar yang menjadikan komunikasi sebagai alat yang tidak selalu mengutamakan kemanusiaan. Ketika komunikasi dikuasai oleh kepentingan pasar (modal, kapital) maka komunikasi menjadi sangat pragmatis, dangkal, buatan, dan menciptakan pesan-pesan yang tidak peduli dengan kepentingan bersama dan pendidikan masyarakat. Komunikasi dan media hanya digunakan untuk mempertahankan kekuasaan sekelompok kecil elite, sementara pesan-pesan yang lebih mendalam terlupakan.

Pendekatan kritis ini menganggap ilmu sebagai kritik dan mengajak ilmuwan untuk berperan dalam memerangi penindasan dan kekuasaan yang menghambat kebebasan sehingga bersifat emansipatoris. Pengetahuan dan ilmu diperoleh melalui proses dialog dan komunikasi juga diharapkan dilahirkan dari dialog yang bebas dari hambatan.

Jurgen Habermas, salah satu tokoh Teori Kritis dari Frankfurt, Jerman menjelaskan bahwa dialog yang bebas dari unsur represif adalah kunci dalam penelitian-penelitian kritis. Pendekatan kritis selalu mengharuskan komunikasi yang mendalam di antara para peneliti dan masyarakat. Model penelitian yang digunakan adalah partisipatoris yang bertujuan untuk melibatkan ilmuwan dalam pemahaman langsung terhadap kontradiksi-kontradiksi yang dihadapi oleh masyarakat. Tujuannya adalah agar kontradiksi ini disadari sebagai hambatan terhadap komunikasi bebas di antara manusia. Bayangkan jika manusia memiliki kebebasan untuk menyampaikan pesan dan memiliki akses terhadap media untuk melakukannya. Hal ini akan mendorong dialog yang dapat mengungkapkan

semua kepentingan, terutama yang sebelumnya tidak disadari. Karena sering kali, hambatan dalam komunikasi yang muncul dapat mengakibatkan konflik antara individu atau kelompok yang berbeda.

Sering kali ada kekuatan tertentu yang justru mengambil keuntungan dari berlanjutnya prasangka dan ketidaksepakatan. Kekuatan ini akan tetap eksis selama dialog dan komunikasi tidak terjadi karena hanya melalui komunikasi pesan-pesan antarkelompok yang berbeda dapat mengungkapkan kesalahpahaman yang ada. Jika dialog dan komunikasi telah membantu kelompok yang berbeda memahami identitas dan budaya masing-masing, tetapi masih terjadi konflik maka ini menunjukkan adanya antagonisme antara dua kekuatan yang disebabkan oleh kontradiksi material. Jika ini terjadi, solusinya bukan lagi komunikasi yang hanya menukar pesan dalam bentuk kata-kata, tetapi tindakan nyata untuk mengubah hal-hal material yang menyebabkan kontradiksi tersebut agar tidak terjadi lagi.

Penelitian Komunikasi

Penting untuk diingat bahwa penelitian dalam bidang komunikasi bersifat lintas-disiplin atau interdisipliner. Hal ini disebabkan oleh kompleksitas komunikasi sebagai fenomena yang melibatkan banyak aspek kehidupan yang dapat dianalisis dari berbagai sudut pandang, seperti aspek sosiologis, budaya, psikologis, etika, estetika, sejarah, ekonomi, politik, matematika, dan lain-lain. Oleh karena itu, penelitian komunikasi sering kali mengintegrasikan konsep dan metode dari berbagai bidang ilmu yang berbeda.

Dalam penelitian komunikasi, terdapat penggunaan yang luas atas istilah dan konsep yang memiliki akar dari berbagai disiplin ilmu. Sebagai contoh, seperti persepsi, motif, sikap, dan tingkah laku sering kali terkait dengan bidang psikologi. Sementara itu, konsep peran, status, fungsi, interaksi, dan kelompok lebih sering diasosiasikan dengan ilmu sosiologi dan antropologi. Demikian pula, konsep seperti propaganda dan opini publik sering digunakan dalam konteks ilmu politik. Oleh karena itu, sifat interdisipliner dalam penelitian komunikasi memungkinkan pemanfaatan

beragam konsep dan metode yang berasal dari berbagai bidang ilmu untuk mengkaji fenomena komunikasi, membuka peluang bagi berbagai tema dan topik penelitian yang dapat memperkaya pemahaman dalam ilmu komunikasi.

Tradisi Penelitian Komunikasi

E.M. Griffin dalam bukunya *A First Look At Communication Theory* (2000) mengenali berbagai pendekatan yang ada dalam tradisi ilmu komunikasi dan menggambarkan arah perkembangan masing-masing pendekatan. Penelitian mengenai fenomena komunikasi telah memiliki sejarah yang panjang dan tradisi-tradisi ini telah membentuk dasar yang sangat khas dalam bidang ilmu komunikasi yang dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Tradisi retorika

Tradisi retorika yang sudah ada sejak zaman Yunani Kuno dan masih relevan hingga saat ini menekankan usaha untuk mendapatkan pengetahuan teoretis, unsur normatif, dan tentang aktivitas komunikasi. Khususnya, fokus dari tradisi ini adalah pada komunikasi verbal yang dilakukan oleh individu yang berperan sebagai komunikator juga dikenal sebagai orator-persuader kepada sekelompok orang yang bertindak sebagai komunikan atau *audience*. Situasi ini sering terjadi dalam konteks penyampaian pidato atau orasi.

Dalam konteks ini, komunikasi dipandang sebagai sebuah keterampilan praktis yang melibatkan teknik-teknik untuk menyampaikan pesan dengan tujuan meyakinkan, memengaruhi, dan membujuk orang lain. Aspek estetika dalam komunikasi juga menjadi bagian dari perhatian dalam tradisi ini.

Salah satu teori yang erat kaitannya dengan konsep retorika adalah teori *terministic screen* yang diperkenalkan oleh Kenneth Burke seorang ahli retorika asal Amerika Serikat. Pokok dari teori ini adalah pemahaman bahwa dalam komunikasi manusia sering kali memilih kata-kata secara strategis untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan kata lain, kata-kata yang digunakan, simbol-simbol yang disampaikan, dan

intonasi dalam percakapan tidak hanya merupakan ekspresi pribadi atau cara berkomunikasi semata melainkan juga dipilih secara sengaja untuk memengaruhi pemikiran dan keyakinan dari audiens atau komunikan.

2. Tradisi semiotika

Semiotika adalah sebuah teori dalam bidang filsafat yang secara khusus memfokuskan pada produksi tanda-tanda dan simbol-simbol sebagai bagian dari sistem kode yang digunakan untuk mengomunikasikan informasi. Semiotika mencakup berbagai jenis tanda, termasuk yang bersifat visual, verbal, *tactile*, dan *olfactory* (tanda atau sinyal yang dapat dirasakan oleh indra). Ketika tanda-tanda ini membentuk suatu sistem kode yang terstruktur digunakan untuk menyampaikan pesan dalam berbagai aktivitas dan perilaku manusia.

Tradisi semiotika memberikan penekanan khusus pada lambang dan simbol dengan menganggap komunikasi sebagai jembatan antara dunia pribadi individu dan konteks di mana lambang-lambang digunakan untuk mengungkapkan makna tertentu. Lambang-lambang ini mewakili objek tertentu dan memiliki potensi untuk diartikan oleh berbagai individu yang memiliki latar belakang yang beragam.

3. Tradisi fenomenologi

Tradisi ini mengkaji bagaimana manusia mengalami interaksi dengan orang lain, di mana kedua belah pihak secara bersama-sama membangun pemahaman terhadap realitas. Dalam tradisi ini, komunikasi dipahami sebagai *a sharing of personal experience through dialogue* (Stephen, 1989).

Dalam tradisi fenomenologi komunikasi bukanlah hanya keterampilan semata, tetapi merupakan sebuah tindakan di mana manusia dapat saling memahami satu sama lain dengan bertukar pengalaman karena interaksi manusia melalui komunikasi melibatkan nilai-nilai yang berbeda.

4. Tradisi kibernetik

Tradisi kibernetik lebih melihat komunikasi sebagai suatu bentuk pengolahan informasi dan masalah yang dibahas terutama terkait dengan *noise*, *overload*, dan *malfunction*. Dalam kerangka tradisi ini, konsep-konsep seperti pengirim dan penerima (*sender dan receiver*), informasi (*information*), umpan balik (*feedback*), ketidakfungsian (*redundancy*) yang terkadang disebabkan oleh pengulangan berlebihan dan sistem (*system*) memiliki peran yang sangat penting. Beberapa kritik terhadap tradisi ini sering muncul karena dianggap menyederhanakan proses komunikasi manusia seperti mesin dan melihat realitas atau fenomena sebagai hasil dari hubungan sebab-akibat yang bersifat linear.

5. Tradisi sosio-psikologis

Tradisi sosio-psikologis meyakini bahwa menjaga keteraturan sosial (*social order*) sangat penting dan melihat komunikasi sebagai elemen kunci dalam menjaga kesatuan dalam masyarakat. Oleh karena itu, tradisi ini sering mengeksplorasi fenomena seperti konflik, alienasi, dan hambatan-hambatan yang dapat mengganggu pencapaian harmoni dan persatuan dalam masyarakat.

Tradisi sosio-psikologis menolak pendekatan yang menekankan peran dan tanggung jawab individu serta lebih menekankan pada peran dan tanggung jawab bersama-sama. Selain itu, tradisi ini juga menentang pandangan bahwa interaksi manusia berdiri sendiri tanpa dipengaruhi oleh struktur sosial yang ada, sebaliknya mengakui bahwa struktur sosial memiliki dampak yang signifikan pada interaksi sosial.

6. Tradisi sosio-kultural

Tradisi sosio-kultural melihat komunikasi sebagai sistem yang mengatur hubungan kekuasaan dan penindasan, dan menganggapnya sebagai objek analisis yang memerlukan pendekatan kritis. Artinya, komunikasi dipahami sebagai alat dalam proses reproduksi sosial yang dimanfaatkan oleh individu atau kelompok berkuasa untuk mempertahankan dominasinya.

Tradisi sosio-kultural memberikan perhatian khusus pada konsep-konsep yang relevan untuk mengkaji isu-isu seperti ideologi, penindasan, penolakan, perlawanan, dan pembebasan yang muncul sebagai respons terhadap dominasi oleh pihak yang lebih kuat. Salah satu konsep utama dalam tradisi ini adalah konsep hegemoni yang diperkenalkan oleh Antonio Gramsci, yang digunakan untuk menganalisis ketidakseimbangan kekuasaan dalam hubungan komunikasi antara pihak yang dominan dan yang lebih lemah.

Metode Penelitian Komunikasi

Penelitian di bidang komunikasi semakin sering menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif yang sering disebut sebagai pendekatan *multiple research strategies* atau *multiple methods*. Ini tampaknya menjadi pilihan yang menarik bagi banyak peneliti karena memungkinkan untuk melampaui batasan-batasan dari tradisi-tradisi tertentu dan mendapatkan temuan yang lebih komprehensif serta valid mengenai fenomena komunikasi dan hubungan-hubungan yang ada dalam suatu konteks yang lebih luas (Pawito, 2007).

Ciri khas pendekatan interdisipliner dalam ilmu komunikasi adalah menghubungkan berbagai tradisi yang ada dan memanfaatkan beragam strategi penelitian. Ini melibatkan pengintegrasian berbagai disiplin ilmu sosial dan perilaku, seperti sosiologi, psikologi, antropologi, dan ilmu politik serta ilmu-ilmu humaniora, seperti bahasa, sastra, seni, hukum, dan sejarah. Pendekatan kualitatif dalam penelitian komunikasi sering menggunakan metode studi kasus, observasi, dan wawancara sementara pendekatan kuantitatif lebih sering menggunakan metode survei. Perbedaan utama antara metode penelitian kuantitatif dan kualitatif terletak pada sejauh mana penelitian tersebut mengandalkan bukti empiris untuk membuat kesimpulan.

Metode penelitian kualitatif tidak berfokus pada penggunaan logika matematik, prinsip-prinsip bilangan, atau analisis statistik untuk mendukung bukti empiris. Sebaliknya, metode kualitatif lebih mengandalkan data

yang bersifat diskursif, seperti transkrip dokumen, catatan lapangan, hasil wawancara, dokumen tertulis, serta data non-diskursif, yaitu artefak budaya seperti candi, patung, diorama, monumen, arsitektur bangunan, foto, musik, video, gerakan dalam tari, fashion, dan hidangan makanan yang dianalisis dalam bentuk narasi deskriptif sebelum diinterpretasi dan disimpulkan.

Namun, dalam penelitian kualitatif penggunaan angka-angka juga bisa dimasukkan jika diperlukan untuk memberikan klarifikasi atau mendukung pemahaman tentang fenomena yang sedang diteliti. Namun, angka-angka ini biasanya digunakan sebagai pelengkap atau pendukung bukan sebagai dasar utama untuk analisis yang sedang dilakukan.

Metode kualitatif dan metode kuantitatif dapat digabungkan dalam suatu penelitian. Sebagai contoh, Conrad P. Kottak melakukan penelitian tentang dampak penggunaan televisi terhadap pergeseran nilai-nilai dan kehidupan lokal di Brazil pada tahun 1980-an. Dalam konteks ini menggunakan metode survei sebagai pendekatan kuantitatif sekaligus menerapkan metode etnografi yang merupakan pendekatan kualitatif umum digunakan dalam studi budaya (Conrad, 1991: 70—87). Contoh lainnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Entman pada tahun 1990.

Dalam penelitiannya, ia menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis cara warga Amerika keturunan Afrika ditampilkan dalam pemberitaan televisi lokal di Chicago. Selain itu, ia juga menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendalami pesan-pesan yang disampaikan oleh media televisi dalam konteks perubahan sosial. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa televisi di Amerika memproduksi dan menyiarkan pesan-pesan yang memiliki nuansa yang ia sebut sebagai rasialisme modern (*modern racialism*) (R. M. Entman, 1993: 4).

Pendekatan kualitatif dapat dianggap sebagai pendekatan interpretatif dan oleh karena itu, dalam tingkat tertentu dapat dianggap bersifat subjektif. Deddy Mulyana menjelaskan bahwa manusia memiliki kemampuan untuk berbuat, pendekatan subjektif sering disebut sebagai pendekatan humaniora. Dalam perspektif subjektif, pengetahuan tidak memiliki sifat objektif melainkan lebih cenderung bersifat interpretatif. Pengetahuan dibentuk oleh

manusia yang mengamati realitas dan kemudian memberikan interpretasi terhadapnya (Mulyana, 2003: 23—50).

Salah satu pendekatan kualitatif yang relevan dengan hal tersebut adalah semiotika yang fokus pada analisis makna dari suatu pesan atau teks. Misalnya, semiotika digunakan untuk memahami bagaimana makna-makna tertentu dapat diatribusikan pada suatu pertunjukan atau tayangan televisi. Kata semiotik (*semiotics*) berasal dari bahasa Yunani, yaitu, *semeion* yang diartikan sebagai suatu tanda yang digunakan untuk mengetahui sesuatu (*a sign by which something is known*). Tokoh-tokoh dalam bidang semiotika, seperti Charles Sanders Peirce, Ferdinand de Saussure, dan Roland Barthes mengembangkan teori semiotik untuk mengungkap makna suatu objek atau situasi. Dalam ilmu komunikasi, metode ini sangat sesuai untuk mengungkap pesan yang terkandung dalam konteks komunikasi.

Analisis ini memandang media sebagai kekuatan yang dapat membentuk realitas. Dalam semiotika, dunia dianggap sebagai suatu sistem hubungan yang terdiri dari unit dasar yang disebut tanda. Oleh karena itu, semiotika berusaha memahami hakikat dari keberadaan suatu tanda. Di dalam setiap tanda terdapat sesuatu yang tersembunyi dan bukan merupakan bagian dari tanda itu sendiri. Menurut tokoh semiotika seperti Saussure, persepsi dan pemahaman tentang realitas dibangun oleh kata-kata dan tanda-tanda lain yang digunakan dalam konteks sosial.

Metode ini sering digunakan untuk menganalisis konten atau isi pesan media, terutama dalam konteks komunikasi massa. Pada dasarnya, media berfungsi untuk membentuk realitas. Isi media adalah hasil konstruksi realitas oleh pelaku media yang menggunakan kata-kata atau bahasa yang dipilih. Oleh karena itu, bahasa digunakan sebagai alat untuk merepresentasikan realitas dan media massa memiliki potensi besar untuk memengaruhi cara memahami dan melihat realitas yang mereka konstruksikan.

Contoh penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotik adalah penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Edy Susilo terhadap pemberitaan media selama kampanye Pemilu 1999. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa setiap media memiliki kecenderungan politiknya sendiri. Menurut Susilo, teks-teks media merupakan representasi realitas kedua yang hanya

menghadirkan sebagian kecil dari realitas secara keseluruhan, bukan gambaran lengkapnya (Sobur, 2005: 92).

Pendekatan lain yang relevan adalah analisis wacana (*discourse analysis*), suatu metode atau cara untuk mengevaluasi wacana yang terdapat dalam pesan komunikasi, baik dalam bentuk tekstual maupun kontekstual. Analisis wacana juga berkaitan dengan konten pesan komunikasi yang sering kali berupa teks, seperti naskah pidato, transkrip percakapan atau perdebatan di forum sidang parlemen, artikel yang ditemukan dalam surat kabar, buku-buku (termasuk esai, novel, dan roman) serta iklan kampanye pemilihan umum.

Banyak ahli telah mengembangkan berbagai kerangka analisis untuk wacana. Contohnya, Eriyanto dalam bukunya *Analisis Wacana* pada tahun 2000 memaparkan berbagai model analisis wacana yang telah dikembangkan oleh berbagai ahli, seperti Roger Fowler dan rekan-rekannya (1979), heo van Leeuwen (1986), Sara Mills (1992), Norman Fairclough (1998), dan Teun A. Van Dijk (1998). Dari semua pilihan tersebut, model yang paling banyak digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Teun A. Van Dijk. Hal ini mungkin karena konsepnya dapat menguraikan unsur-unsur dalam wacana dengan baik sehingga sangat bermanfaat dalam penelitian di bidang komunikasi.

Model Van Dijk sering disebut sebagai model kognisi sosial, istilah yang sebenarnya berasal dari domain psikologi sosial dan digunakan untuk menjelaskan struktur serta proses pembentukan suatu teks. Van Dijk berpendapat bahwa penelitian terhadap wacana tidak boleh terbatas hanya pada analisis teks itu sendiri karena teks hanyalah produk dari praktik produksi yang juga harus diperhatikan (Eriyanto, 2001: 221).

Terlepas dari perbedaan pendekatan yang digunakan oleh berbagai ilmuwan dalam analisis wacana, terdapat beberapa prinsip dasar yang dapat digunakan dalam penelitian sebagai berikut.

1. Komunikasi melibatkan serangkaian proses kompleks yang pada akhirnya menghasilkan pesan dalam bentuk wacana atau bentuk-bentuk komunikasi tertentu.

Manusia tunduk pada peraturan dan norma saat menggunakan bahasa, merancang wacana, atau terlibat dalam tindakan komunikasi.

2. Komunikator memanfaatkan wacana sebagai sarana untuk mencapai tujuan dan cara penggunaan wacana ini sebagian besar diatur oleh peraturan dan norma yang berlaku.
3. Meskipun bahasa dan sistem simbol lainnya merupakan manifestasi konkret dari aktivitas komunikasi, pada hakikatnya wacana adalah materi utama dari proses komunikasi (Pawito, 2007: 176).

Dalam konteks pengaruh analisis wacana terhadap penelitian komunikasi yang dibagi menjadi tiga area utama yang diidentifikasi oleh Keiko Matsuki dalam tulisannya mengenai Analisis Wacana tahun 1996 sebagai berikut.

1. Etnografi komunikasi (*ethnography of communication*)

Etnografi komunikasi adalah pendekatan yang pertama kali diperkenalkan oleh para ahli seperti Dell Hymes pada awal tahun 1960-an. Hymes mendorong perkembangan studi wacana dengan melihat wacana sebagai komponen dinamis dalam proses komunikasi. Ia mengusulkan bahwa antropolog yang mempelajari bahasa bukan hanya harus memusatkan perhatian pada struktur bahasa, tetapi juga pada peran bahasa dalam konteks budaya yang lebih luas. Pendekatan ini memiliki relevansi yang besar dalam penelitian komunikasi antarkelompok budaya, terutama di negara-negara yang memiliki keragaman etnis, agama, dan bahasa di mana pemahaman (*mutual understanding*) saling memiliki signifikansi yang sangat penting.

2. Analisis percakapan (*conversational analysis*)

Analisis percakapan adalah pendekatan yang dikembangkan oleh sosiolog berdasarkan interaksionalisme simbolis. Wacana atau percakapan dianggap sebagai hasil dari interaksi sosial. Realitas sosial tidak hadir secara objektif di luar interaksi sosial, tetapi terbentuk melalui percakapan yang terjadi antara individu dalam interaksi tatap muka.

3. *Ethnopoetics*

Ethnopoetics adalah sebuah analisis yang lebih rinci dan mendalam terhadap masalah bahasa. Tradisi ini dimulai sejak Boas dan murid-muridnya memulainya, tetapi pada tahun 1970-an Hymes dan Tedlock membuat perubahan yang signifikan dengan memeriksa struktur dan fungsi estetika bahasa yang digunakan dalam masyarakat non-barat. Mereka mengembangkan analisis wacana untuk mengkaji wacana lisan. Pendekatan ini memberikan dorongan bagi penelitian tentang berbagai bentuk seni yang menggunakan bahasa lisan, seperti drama, puisi, lirik lagu, dan lain sebagainya.

Sebagai contoh penelitian menarik dalam konteks analisis wacana adalah penelitian yang sering dilakukan oleh feminis, di mana mereka mengamati iklan TV untuk mengungkap pesan dan wacana yang dipengaruhi oleh kepentingan kapitalisme terhadap perempuan. Banyak iklan yang memanfaatkan wacana tertentu, seperti istilah “dingin-dingin empuk” untuk menggambarkan perempuan dalam iklan permen Pindy sebagai objek eksploitasi. Tidak hanya dalam iklan, tetapi juga dalam tayangan TV lainnya, seperti sinetron, *reality show*, atau *infotainment* sering kali terdapat wacana yang merugikan perempuan, menciptakan bias gender, dan mengeksploitasi peran perempuan.

Metode penelitian lain yang sering digunakan adalah analisis *framing* atau disebut juga analisis bingkai (*framing analysis*). Pendekatan ini merupakan perkembangan terbaru dari analisis wacana, terutama digunakan untuk menganalisis teks media.

Konsep analisis *framing* pertama kali diajukan oleh Erving Goffman pada tahun 1974, meskipun akar konsep ini dapat ditelusuri kembali ke karya-karya sebelumnya oleh Gregory Bateson dan Erving Goffman pada tahun 1950-an. Goffman menggambarkan *frame* sebagai kepingan-kepingan perilaku yang membimbing individu dalam memahami realitas. Awalnya, *frame* digunakan sebagai struktur konseptual atau kerangka kepercayaan yang mengatur pandangan politik, kebijakan, dan wacana serta menyediakan kategori-kategori

standar untuk menilai realitas. Penting untuk dicatat bahwa konsep *framing* awalnya bukan berasal dari bidang komunikasi, melainkan dari ilmu psikologi kognitif.

Dalam konteks studi komunikasi, analisis *framing* digunakan untuk mengungkap cara-cara atau ideologi yang digunakan oleh media saat membangun narasi tentang fakta. Pendekatan ini memperhatikan bahwa media memenuhi kepentingan pemiliknya dan para pekerjanya yang melibatkan berbagai proses dalam penyajian fakta, termasuk pemilihan isu, penonjolan fakta tertentu, pemilihan sumber berita hingga penyusunan presentasi agar berita menjadi menarik sehingga mudah diingat dan memengaruhi perasaan pembaca atau penonton.

Menurut Entman, konsep *framing* memberikan cara untuk mengungkapkan *the power of a communication text* yang mampu menjelaskan secara tepat bagaimana informasi yang disampaikan dari suatu sumber, seperti pidato, ucapan, laporan berita, bahkan novel memengaruhi kesadaran individu. Entman juga menambahkan bahwa inti dari *framing* melibatkan proses seleksi dan penonjolan. Membuat suatu kerangka (*frame*) berarti memilih beberapa aspek dari pemahaman tentang realitas, kemudian menonjolkannya dalam suatu teks komunikasi dengan cara yang mempromosikan definisi khusus mengenai permasalahan, penafsiran sebab-akibat, penilaian moral, atau rekomendasi tentang bagaimana masalah tersebut harus ditangani.

Pada bagian berikutnya, penulis menggunakan analisis media untuk menggambarkan kasus di Venezuela di mana media terlibat dalam framing untuk mencoba menggulingkan pemerintahan Hugo Chavez pada tahun 2002. Pada periode tersebut terjadi pertarungan politik yang sebenarnya dalam beberapa hari antara sejumlah besar media yang bersikap antagonis terhadap Hugo Chavez. Hal ini perlu dicatat bahwa media di Venezuela seperti di banyak negara sering dimiliki oleh konglomerat yang memiliki kepentingan politik dan bahkan ada yang menjadi politisi. Di sisi lain, pendukung Hugo Chavez

hanya memiliki akses terbatas pada satu atau dua media, terutama media yang berada di bawah kendali pemerintah.

Brian Ellsworth, seorang wartawan dari Houston Chronicle telah mencatat bahwa persaingan politik juga mencapai tingkat ketegangan yang tinggi dalam domain pemberitaan, terutama di media televisi. Menurut laporannya, stasiun televisi swasta di Venezuela sepenuhnya mendukung gerakan anti-Chavez tanpa keraguan, sementara stasiun televisi yang dikelola oleh pemerintah dengan tegas berada di pihak Chavez.

Orang dengan pendapatan tinggi umumnya bersikap anti-Chavez, sementara mereka dengan pendapatan rendah cenderung mendukung Chavez. Bahkan media lokal sendiri sudah dengan jelas menunjukkan preferensinya, apalagi media internasional yang dominan dikuasai oleh kelas borjuis.

Feder seorang jurnalis dari NarcoNews Bulletin yang berfokus pada liputan tentang perang anti-narkotika dan politik di Amerika Latin mengungkapkan bahwa *Associated Press* (AP) agen berita yang menyediakan 90% berita mengenai Venezuela, jelas-jelas mendukung kelas borjuis yang berusaha menggulingkan Chavez.

Feder melaporkan bahwa wartawan AP tidak hanya menolak untuk melaporkan aktivitas yang dilakukan oleh pendukung Chavez, tetapi juga dengan berani menyajikan kebohongan yang terlihat dengan jelas. Sebagai contoh, Feder mengungkap bagaimana pernyataan yang sebenarnya mendukung tindakan Chavez dari Organisasi Negara-Negara Amerika Selatan (OAS) dilaporkan oleh AP sebagai menentang Chavez. Responden AP di Caracas, Nestor Ikeda dengan licik memutarbalikkan kenyataan ini. Ikeda juga sering kali menyisipkan komentar negatif saat membicarakan pendukung Chavez yang dikenal sebagai kaum Chavistas, sementara memberikan komentar positif tentang para penentang Chavez. Dalam laporannya, Ikeda hanya mengandalkan pertemuan dan wawancara dengan para penentang Chavez dan sama sekali tidak pernah mencantumkan pendapat dari

pendukung Chavez. Dengan kata lain, Ikeda dengan tegas mendukung para penentang Chavez.

Media massa yang dikuasai oleh kelompok borjuis telah disalahgunakan dalam melaporkan situasi di Venezuela. Pada saat itu, Venezuela sedang mengalami konflik kelas yang dalam dan meluas dengan kelas yang tertindas mengekspresikan perlawanannya melalui dukungan terhadap Hugo Chavez, sementara kelompok pengusaha berusaha menjatuhkan Chavez dari jabatannya. Oleh karena itu, salah satu prioritas utama Chavez selama masa jabatannya adalah merebut kembali kendali atas televisi nasional, mirip dengan TVRI di Indonesia yang dapat digunakan untuk memberikan tanggapan terhadap berbagai penilaian buruk dan serangan yang dilancarkan oleh media barat dan media swasta yang dikuasai oleh kelompok kontrarevolusi.

Selain itu, Hugo Chavez juga meluncurkan proyek Telesur yang bertujuan untuk mendirikan stasiun TV Amerika Latin yang dikelola oleh Venezuela. Tujuannya adalah untuk menyediakan berita dari sudut pandang rakyat Amerika Latin. Pada saat itu, stasiun TV yang mendominasi benua tersebut adalah CNN di Spanyol yang mencerminkan bias kepentingan Amerika Serikat. Argentina, Brazil, dan pemerintahan yang baru terpilih di Uruguay memberikan dukungan terhadap kedua proyek tersebut.

Kasus perubahan politik yang penuh pergolakan di Indonesia menggambarkan perilaku mirip dengan yang terjadi di Venezuela, meskipun perbedaan konteks politik. Oleh karena itu, penelitian yang menggunakan analisis *framing* untuk menganalisis pemberitaan media massa terutama media cetak, selama proses jatuhnya rezim Orde Baru pada bulan Mei 1998 sangat menarik untuk disimak. Penelitian yang dilakukan oleh Pinkey Triputra melibatkan analisis isi berita yang diterbitkan di halaman muka harian Kompas, Merdeka, dan Republika, mulai dari awal Mei 1998 hingga pertengahan Mei 1998.

Hasil menunjukkan bahwa pemberitaan media ini sangat terfokus pada isu-isu utama yang berkaitan dengan krisis ekonomi-politik

dengan cenderung mengutip sumber-sumber pemerintah. Hasil ini menggambarkan bahwa kekuatan pemerintah khususnya rezim Orde Baru masih memiliki pengaruh yang signifikan terhadap proses seleksi, penonjolan, dan pemilihan sumber dalam kerja media massa dalam melaporkan peristiwa-peristiwa tersebut.



BAB II

DEFINISI DAN HAKIKAT KOMUNIKASI

Enang Yusuf Nurjaman, M.I.Kom.

(Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam,

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ternate)

Definisi Komunikasi

Sebagai fenomena yang tak terpisahkan dari kehidupan dan interaksi manusia, komunikasi telah menjadi fokus berbagai definisi yang beragam dari berbagai ahli yang berusaha mengartikannya. Meskipun tidak ada definisi yang satu dan universal yang diterima oleh semua ahli, dapat secara umum merangkum makna komunikasi dari berbagai definisi yang ada.

Menurut berbagai sumber, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang mengandung makna membuat kebersamaan atau membangun kesamaan antara dua individu atau lebih. Istilah dasarnya adalah *communico* yang merujuk pada berbagi. Dalam konteks ini, komunikasi menggambarkan upaya untuk saling berbagi pemahaman melalui pertukaran pesan. Dalam bahasa Inggris, kata kerja *communicate* memiliki beberapa konotasi, yaitu:

1. berinteraksi untuk pertukaran ide, perasaan, dan informasi;
2. memungkinkan individu memahami atau mengetahui sesuatu;

3. menciptakan keseragaman atau kesamaan; dan
4. membangun hubungan yang penuh empati atau simpati.

Sementara itu, kata benda *communication* dalam bahasa Inggris memiliki beberapa definisi, yaitu:

1. pertukaran simbol, pesan yang sejenis, dan informasi;
2. proses pertukaran informasi di antara individu-individu melalui sistem simbol yang serupa;
3. ekspresi ide-ide melalui seni komunikasi; dan
4. ilmu pengetahuan yang mempelajari pengiriman informasi.

Dengan demikian, secara umum komunikasi dapat dijelaskan sebagai proses pengiriman pesan antara manusia. Oleh karena itu, ilmu komunikasi adalah bidang studi yang fokus pada pemahaman tentang proses pengiriman pesan antara individu. Fokus utama ilmu komunikasi adalah komunikasi itu sendiri, yakni cara pesan disampaikan antara individu dan tidak mempertimbangkan pengiriman pesan kepada makhluk selain manusia seperti hewan dan tumbuhan.

Pada tahun 1976 Dance dan Larson berhasil mengumpulkan 126 definisi yang beragam mengenai komunikasi. Kemungkinan hingga saat ini jumlah definisi tersebut telah meningkat lebih jauh. Dalam konteks ini mengidentifikasi tiga dimensi konseptual utama yang menjadi dasar perbedaan dalam 126 definisi yang ditemukan sebagai berikut.

1. Terdapat dua perspektif dalam memandang komunikasi berdasarkan tingkat observasinya sebagai berikut.
 - a. Komunikasi dengan cakupan yang luas mengakui bahwa komunikasi adalah suatu proses yang mencakup berbagai aspek dalam kehidupan manusia. Dalam konteks ini, komunikasi dianggap sebagai fenomena yang umum dalam kehidupan manusia dan tidak ada aspek kehidupan manusia yang terlepas dari proses komunikasi.
 - b. Komunikasi yang sangat spesifik menggambarkan komunikasi sebagai alat yang digunakan untuk tujuan-tujuan dan bidang-bidang tertentu. Contohnya adalah penggunaan komunikasi untuk

- mengirim pesan militer, instruksi, dan lain sebagainya melalui sarana, seperti telepon, telegraf, radio, kurir, dan lainnya.
2. Dalam konteks tingkat kesengajaan, komunikasi terjadi dengan kesadaran dan kadang-kadang perencanaan. Dalam hal ini, komunikasi dilakukan secara sadar di mana pesan dan tindakan pengiriman pesan dilakukan dengan kesadaran untuk memengaruhi perilaku penerima pesan. Komunikasi dipahami sebagai situasi di mana sumber pesan dapat secara sengaja mengirimkan pesan kepada penerima pesan dengan tujuan memengaruhi perilaku penerima tersebut. Sedangkan, definisi yang tidak mempertimbangkan tingkat kesengajaan seperti yang diusulkan oleh Code (1959) mengartikan komunikasi sebagai suatu proses yang mengubah kepemilikan informasi dari satu individu menjadi milik dua individu atau lebih. Dalam hal ini, yang menjadi fokus adalah pesan dan informasi yang dibagikan bersama oleh dua individu tanpa mempedulikan apakah pesan tersebut disampaikan secara sadar atau tidak.
 3. Definisi berdasarkan tingkat keberhasilan dan diterimanya komunikasi adalah pendekatan yang menekankan pada apakah pesan berhasil ditransmisikan dan diterima dengan baik. Misalnya, definisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran informasi yang bertujuan untuk mencapai pemahaman bersama. Di sisi lain, definisi yang tidak menekankan tingkat keberhasilan seperti definisi yang menggambarkan komunikasi sebagai proses transmisi informasi semata tanpa memperhatikan sejauh mana pesan tersebut berhasil disampaikan.

Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam contoh komunikasi melalui surat, unsur-unsur dasar komunikasi, seperti pengirim pesan, pesan, dan target penerima pesan tetap ada. Namun, ada beberapa unsur tambahan yang mungkin relevan dalam contoh ini sebagai berikut.

1. Medium komunikasi

Surat adalah medium komunikasi yang digunakan dalam contoh ini. Medium komunikasi memungkinkan pengirim pesan (penulis) untuk menyampaikan pesannya kepada target penerima pesan (ibu penulis) dalam bentuk tertulis.

2. Emosi dan ekspresi

Dalam konteks ini, ditekankan bahwa ibu penulis terharu dan meneteskan air mata saat membaca isi surat. Ini menunjukkan bahwa dalam komunikasi terkadang ada aspek emosi dan ekspresi yang dapat memengaruhi cara pesan diterima dan dipahami oleh penerima pesan.

3. Respons

Respons ini adalah bagian penting dari proses komunikasi yang menunjukkan bahwa pesan telah diterima dan dipertimbangkan oleh penerima pesan.

4. Hubungan interpersonal

Dalam contoh ini, terdapat hubungan interpersonal antara penulis dan ibu penulis. Hubungan interpersonal dapat memengaruhi cara pesan disampaikan dan diterima.

Dalam situasi komunikasi yang lebih kompleks seperti komunikasi melalui surat, ada faktor-faktor tambahan yang memengaruhi bagaimana komunikasi berlangsung meskipun unsur-unsur dasar komunikasi tetap terdiri dari pengirim pesan, pesan, dan penerima pesan.

Dalam kasus tersebut, unsur-unsur komunikasi adalah sebagai berikut.

1. Penulis sebagai pengirim pesan

Penulis surat adalah individu yang menyampaikan pesan kepada penerima pesan.

2. Pesan yang disampaikan oleh penulis

Pesan ini mencakup isi dari surat yang dikirimkan oleh penulis kepada ibu penulis, termasuk kata-kata, cerita, atau informasi yang ingin disampaikan.

3. Surat sebagai medium pengantar pesan
Surat adalah medium yang digunakan oleh penulis untuk mengirimkan pesannya kepada ibu penulis. Ini adalah sarana komunikasi tertulis yang memungkinkan pesan ditransmisikan dalam bentuk tertulis.
4. Ibu penulis sebagai penerima pesan
Ibu penulis adalah pihak yang menerima dan membaca surat yang dikirimkan oleh penulis. Ia adalah target atau penerima pesan dalam konteks ini.
5. Efek atau pengaruh pesan yang membuat ibu penulis menangis
Ini merujuk pada respons emosional ibu penulis terhadap pesan yang dikirimkan oleh penulis dalam surat. Meneteskan air mata adalah reaksi emosional yang timbul sebagai respons terhadap pesan yang disampaikan.

Jadi, unsur-unsur komunikasi dalam contoh di atas mencakup kelima elemen sebagai berikut.

1. Pengirim pesan (komunikator)
Pengirim pesan yang juga disebut komunikator adalah individu atau kelompok yang memulai proses komunikasi. Mereka memiliki motif dan tujuan tertentu saat mengirim pesan yang sering disebut sebagai motif komunikasi. Beberapa orang merujuk pada pengirim pesan sebagai pengirim atau sumber dan dalam beberapa kasus juga disebut *encoder* karena mereka melakukan proses penyandian pesan. Penyandian dalam konteks ini adalah proses mengubah pesan ke dalam bentuk yang dapat dipahami oleh penerima pesan.

Komunikator dapat terdiri dari satu individu, beberapa individu, atau bahkan kelompok yang lebih besar. Jika anggota-anggota ini memiliki kedekatan dan hubungan emosional yang kuat dalam kelompok kecil disebut sebagai kelompok kecil. Jika tidak memiliki hubungan pribadi yang erat dan ikatan emosional yang lemah dianggap sebagai kelompok besar atau publik.

Selain itu, terdapat juga organisasi yang merupakan sekelompok individu dengan tujuan, visi, misi, dan pembagian kerja yang serupa.

Organisasi dapat beragam jenis, termasuk yang berorientasi pada keuntungan seperti perusahaan atau yang bersifat non-profit seperti yayasan atau organisasi non-pemerintah/NGO.

Dikarenakan perbedaan jenis komunikator dan tingkat hubungan emosional serta teknis yang ada, berbagai tatanan komunikasi berbeda mulai dari komunikasi intrapersonal (komunikasi dengan diri sendiri), interpersonal (komunikasi antara individu), komunikasi massa (komunikasi dengan publik yang luas), komunikasi publik (komunikasi dengan audiens yang besar), dan komunikasi organisasi (komunikasi dalam konteks organisasi). Sebagai contoh, dalam komunikasi massa komunikator utama biasanya adalah entitas penerbitan seperti tim redaksi surat kabar yang memiliki peran dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat umum melalui media massa seperti surat kabar.

2. Penerima pesan (komunikan)

Penerima pesan yang juga dapat disebut sebagai komunikan adalah individu yang memiliki kemampuan berpikir dan menjadi sasaran pesan yang disampaikan oleh komunikator. Beberapa ahli juga menggunakan istilah *decoder* untuk menggambarkan peran komunikan dalam proses komunikasi. Dalam konteks proses komunikasi terutama dalam interaksi antarpribadi, peran komunikator dan komunikan adalah dinamis dan bisa saling bergantian. Sebagai contoh, dalam situasi yang telah dijelaskan sebelumnya ketika penulis menjawab surat yang diterima dari ibunya ia juga berperan sebagai komunikator. Ketika penulis menerima surat dari ibunya dari sudut pandang ibu penulis menjadi komunikan. Hal ini mencerminkan dinamika interaksi yang terjadi dalam proses komunikasi melalui surat yang berlangsung secara berkelanjutan.

Komunikan seperti komunikator bisa berasal dari berbagai jumlah individu, termasuk satu orang, banyak orang (baik dalam bentuk kelompok kecil, kelompok besar, atau organisasi), dan massa. Dengan mempertimbangkan jumlah komunikator dan komunikan, proses komunikasi bisa terjadi dalam sembilan skenario yang berbeda sebagai berikut.

- a. Antara satu individu dan satu individu seperti penulis yang berkomunikasi dengan pasangan romantisnya.
- b. Antara satu individu dan banyak individu seperti penulis yang berkomunikasi dengan sekelompok mahasiswa.
- c. Antara satu individu dan massa seperti penulis yang menjadi penulis kolom opini di surat kabar atau sebagai komunikator massa yang menyampaikan pesan melalui media massa.
- d. Antara banyak individu dan satu individu misalnya sekelompok warga desa yang melakukan demonstrasi kepada lurah atau kepala desa.
- e. Antara banyak individu dan banyak individu contohnya, sekelompok mahasiswa yang berkomunikasi dengan kelompok lainnya.
- f. Antara banyak individu dan massa seperti sekelompok polisi yang menyampaikan pesan anti-terorisme melalui media massa elektronik.
- g. Antara massa dan satu individu misalnya khalayak pembaca media massa yang mengajukan pertanyaan kepada seorang tokoh yang diwawancarai dalam media massa.
- h. Antara massa dan banyak individu contohnya khalayak pembaca media massa yang mengkritik tindakan sekelompok polisi yang sebelumnya disebut anti-terorisme.
- i. Antara massa dan massa seperti sebagian khalayak massa pembaca majalah yang setuju dengan suatu berita yang dimuat, sementara sebagian lainnya tidak setuju.

Jumlah kemungkinan yang telah diuraikan di atas akan semakin beragam jika melakukan pengkategorian yang lebih rinci terhadap unsur banyak individu, termasuk membedakannya menjadi kelompok kecil, kelompok besar/publik, dan organisasi. Sebagai contoh, dalam situasi di mana seorang pelanggan (sebagai komunikator) menyampaikan ketidakpuasannya terhadap produk yang baru saja dibelinya kepada sebuah perusahaan produsen (sebagai komunikan),

terjadi komunikasi. Ketika perusahaan produsen tersebut melalui juru bicara atau petugas humasnya, memberikan tanggapan terhadap ketidakpuasan pelanggan itu merupakan contoh komunikasi antara organisasi (produsen) sebagai komunikator dan satu individu (pelanggan) sebagai komunikan.

Dalam konteks komunikasi massa istilah yang digunakan untuk menggambarkan komunikan sering mencakup khalayak, tujuan (*destination*), pemirsa, pendengar, pembaca, atau target sasaran. Di bidang komunikasi pemasaran istilah yang umum digunakan adalah target pasar atau target konsumen.

3. Pesan

Pesan dapat dijelaskan sebagai segala yang komunikator sampaikan kepada komunikan dengan tujuan tertentu. Pesan pada dasarnya bersifat konsep abstrak yang memiliki sifat ideologis dan idealistik. Namun, ketika pesan disampaikan dari komunikator kepada komunikan ia menjadi konkret karena diekspresikan dalam bentuk simbol atau lambang, seperti bahasa (lisan atau tulisan), suara (audio), gambar (visual), ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan sejenisnya.

Dalam konteks ini, istilah lambang komunikasi juga merujuk kepada bentuk pesan yang merupakan manifestasi konkret dari pesan yang sebelumnya bersifat abstrak. Suara, ekspresi wajah, dan gerakan tubuh umumnya digolongkan sebagai pesan nonverbal, sementara bahasa lisan dan tertulis termasuk dalam kategori pesan verbal.

4. Saluran komunikasi dan media komunikasi

Untuk memastikan pesan dari komunikator sampai kepada komunikan, diperlukan penggunaan saluran dan media komunikasi. Saluran komunikasi lebih berfokus pada proses pengiriman pesan, sedangkan media komunikasi lebih menekankan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Saluran komunikasi bersifat lebih umum daripada media komunikasi.

Saluran komunikasi dapat beroperasi tanpa melibatkan media komunikasi. Komunikasi dapat terjadi secara langsung atau tanpa

media yang sering terjadi dalam pertemuan tatap muka atau (*face to face*). Berbagai aktivitas komunikasi tatap muka meliputi percakapan, wawancara, konseling, pertemuan, seminar, lokakarya, dan pameran di mana komunikan (calon konsumen) dapat berinteraksi langsung dengan perwakilan perusahaan untuk membahas produk yang dipamerkan.

Namun, dalam komunikasi tatap muka tetap ada elemen perantara. Secara fisik pesan yang disampaikan antara komunikator dan komunikan melibatkan elemen perantara seperti gelombang cahaya atau gelombang suara meskipun ini tidak selalu menjadi perhatian utama. Penyediaan media komunikasi menciptakan opsi untuk menggunakan teknologi yang memfasilitasi penggunaan elemen perantara ini (seperti gelombang suara dan cahaya) secara teknis, terutama saat komunikan dan komunikator berada dalam jarak yang jauh. Sebagai contoh, media komunikasi seperti telepon seluler (ponsel) adalah teknologi yang memungkinkan dua individu yang berjauhan untuk saling berkomunikasi. Dengan demikian, penggunaan media adalah pilihan yang disengaja, sementara elemen perantara seperti gelombang cahaya dan suara dalam komunikasi tatap muka (ketika jaraknya dekat) adalah aspek yang inheren dalam proses komunikasi tersebut.

Media komunikasi berbasis teknologi dapat dibedakan menjadi dua jenis berdasarkan jumlah target komunikannya sebagai berikut.

a. Media massa

Media massa adalah jenis media yang digunakan untuk mengirim pesan kepada banyak orang. Pesan yang disampaikan melalui media massa biasanya berkaitan dengan peristiwa atau informasi yang relevan bagi sebagian besar masyarakat meskipun hanya sebagian kecil yang terlibat dalam peristiwa tersebut. Sebagai contoh, berita tentang letusan gunung di suatu daerah bisa diakses oleh seluruh masyarakat di sebuah negara atau bahkan di luar negara, tergantung pada cakupan media massa tersebut.

Dalam hal jadwal penerbitan, media massa dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu media massa berjadwal dan media massa tidak berjadwal. Media massa berjadwal diterbitkan secara teratur sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan sebelumnya. Ini bisa mencakup media elektronik seperti radio dan televisi serta media cetak seperti surat kabar dan majalah. Sementara itu, media massa tidak berjadwal digunakan untuk peristiwa tertentu dan bersifat situasional. Setelah peristiwa tersebut berakhir, media ini tidak lagi digunakan. Media massa tidak berjadwal bisa berupa orang seperti kampanye atau promotor penjualan serta benda seperti poster, spanduk, dan selebaran. Ketika berbicara tentang komunikasi tatap muka langsung, esensinya adalah terlibat dalam kegiatan komunikasi antara individu atau kelompok.

b. Bukan media massa

Dari segi sifatnya media non-massa dapat diidentifikasi dalam dua kategori sebagai berikut.

1) Media manusia

Dalam hal ini, pesan disampaikan melalui perantara manusia karena tidak memungkinkan untuk berkomunikasi secara langsung. Contohnya, kurir yang mengirimkan pesan.

2) Media benda

Media ini dapat dibedakan antara media elektronik seperti telepon dan faksimile serta media non-elektronik seperti surat.

Dengan kemajuan teknologi komunikasi saat ini, terutama berkat perkembangan teknologi komputer dan internet telah muncul media yang bersifat multimedia. Istilah multimedia digunakan karena hampir semua bentuk media komunikasi yang dikenal oleh manusia telah terintegrasi dalam perangkat elektronik digital. Di dalam dunia internet dapat menemukan berbagai jenis komunikasi, termasuk email, telepon cerdas (*smartphones*), publikasi berita dan majalah elektronik, radio internet, televisi

internet, serta pertemuan tatap muka melalui internet (video konferensi).

5. Efek komunikasi

Efek komunikasi merujuk pada situasi yang timbul sebagai hasil dari pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikannya. Efek komunikasi ini dapat dikelompokkan menjadi efek-efek psikologis yang mencakup tiga aspek sebagai berikut.

a. Pengaruh kognitif

Pengaruh kognitif yang berarti bahwa melalui komunikasi seseorang memperoleh pengetahuan tentang suatu hal. Dalam konteks ini, komunikasi bertindak sebagai sarana untuk menyampaikan informasi.

b. Pengaruh afektif

Pengaruh afektif mencakup perubahan dalam perasaan dan sikap seseorang sebagai respons terhadap pesan yang disampaikan. Misalnya, dalam situasi di mana ada pidato persuasif pesan tersebut dapat memengaruhi sikap seseorang untuk melakukan tindakan tertentu atau mengubah pandangan terhadap suatu hal.

c. Pengaruh konatif

Pengaruh konatif adalah pengaruh yang menciptakan perubahan dalam perilaku dan tindakan seseorang sebagai hasil dari menerima pesan dari komunikator. Sebagai contoh, jika seseorang mendengar pidato di masjid yang memprovokasi kebencian terhadap agama lain, hal ini dapat mendorong umat Islam di masjid tersebut untuk melakukan tindakan kolektif seperti menuju gereja dan melakukan tindakan kekerasan.

Sesadari atau tidak, komunikasi memiliki tujuan utama untuk mengirim pesan dengan harapan bahwa ini akan menghasilkan perubahan dalam perasaan dan perilaku komunikan. Ketika membahas komunikasi politik seperti dalam kampanye, tujuannya sangat jelas, yaitu untuk memotivasi komunikan agar memberikan dukungan atau memilih pihak yang melakukan komunikasi. Prinsip yang sama

berlaku dalam bidang studi komunikasi lainnya seperti periklanan, di mana tujuannya adalah untuk memastikan bahwa ide, produk, atau layanan yang ditawarkan dapat terjual sebanyak mungkin. Oleh karena itu, ini menjadi fokus utama dalam ilmu periklanan.

Dalam konteks organisasi, bagaimana pesan disampaikan kepada publik internal dan eksternal dengan tujuan mendapatkan dukungan positif yang konsisten untuk organisasi adalah subjek yang dipelajari dalam studi hubungan masyarakat (*public relations*). Sama halnya dalam bidang jurnalisme, penting untuk memahami bagaimana pesan disampaikan melalui media massa dengan tujuan agar dipahami secara obyektif dan ini merupakan fokus dalam studi jurnalisme. Jadi, dalam berbagai bidang studi komunikasi perhatian diberikan pada cara pesan disampaikan dengan tujuan memengaruhi perasaan dan tindakan komunikasi sesuai dengan konteks dan kebutuhan masing-masing.

Hakikat Komunikasi

Pentingnya mengidentifikasi unsur-unsur yang selalu ada dalam konteks komunikasi dapat menentukan apakah suatu peristiwa atau fenomena dapat disebut sebagai komunikasi atau tidak. Dari pembahasan konteks ini, terdapat paling tidak tiga unsur yang dapat digunakan sebagai pedoman sebagai berikut.

1. Usaha

Kata usaha merujuk pada tindakan yang dilakukan dengan kesadaran dan tujuan tertentu. Ketika seseorang terlibat dalam komunikasi mereka memiliki motivasi atau setidaknya menyadari bahwa sedang menyampaikan pesan kepada orang lain meskipun kadang-kadang tingkat kesadaran ini sulit untuk diukur.

Sigmund Freud telah mengemukakan bahwa pikiran manusia terdiri dari dua lapisan, yaitu sadar dan bawah sadar. Oleh karena itu, terdapat motif-motif yang dapat disadari (*manifest*) dan motif-motif yang tidak disadari (*latent*) yang muncul dari lapisan bawah sadar dan mendorong untuk berkomunikasi dengan orang lain.

Tindakan dan kata-kata yang dilakukan baik yang disengaja maupun tidak sering kali menghasilkan respons atau reaksi dari orang lain. Sebagai contoh, dalam sebuah pertemuan seorang pemimpin rapat yang secara tidak sengaja menguap mungkin akan memicu reaksi dari peserta rapat. Beberapa peserta mungkin akan menganggap bahwa pemimpin rapat merasa mengantuk, sementara yang lain mungkin akan mengusulkan menghentikan rapat dan melanjutkannya di lain waktu. Namun, terkadang tindakan yang sengaja dilakukan tidak selalu mendapatkan respons yang diharapkan. Pesan yang disampaikan mungkin tidak diterima dengan baik oleh orang lain.

Dengan demikian, ada situasi di mana sengaja menyampaikan pesan kepada orang lain, tetapi tidak merespons atau menanggapi. Sebaliknya, dalam situasi yang tidak disengaja mungkin mendapatkan respons atau tanggapan. Misalnya mencoba memperhatikan seorang teman dengan melambaikan tangan, tetapi teman tersebut mungkin tidak memperhatikannya. Pada tahun 1990-an ada perdebatan mengenai apakah komunikasi harus selalu disengaja dan apakah pesan harus selalu diterima oleh penerima.

Kesepakatan yang muncul dari perdebatan tampaknya menyiratkan pandangan sebagai berikut.

- a. Komunikasi harus terjadi ketika pesan sengaja dimulai oleh seseorang dan diterima oleh orang lain.
- b. Komunikasi harus mencakup semua tindakan yang memiliki arti bagi penerima, baik itu disengaja atau tidak.
- c. Komunikasi juga harus mencakup pesan yang sengaja disampaikan meskipun tingkat kesengajaannya sulit untuk diukur.

Sebagian besar ahli komunikasi umumnya setuju bahwa komunikasi mencakup pesan yang disampaikan dengan sengaja, dengan motif komunikasi yang mendorong individu untuk melakukan tindakan komunikasi dan menyampaikan pesan kepada orang lain. Namun, menentukan sejauh mana tindakan komunikasi disengaja atau tidak bisa menjadi sulit karena manusia memiliki dua lapisan pikiran,

yaitu kesadaran dan bawah sadar. Oleh karena itu, motif komunikasi bisa sadar atau berasal dari alam bawah sadar.

Jadi, jika secara tidak sengaja seseorang melakukan tindakan seperti menguap dan kemudian teman mengambil inisiatif untuk menghentikan diskusi dengan mengatakan “Sebaiknya diskusi ini kita hentikan sampai besok” maka tindakan ini dianggap sebagai komunikasi. Namun, dalam hal ini orang yang menguap bukanlah yang menginisiasi komunikasi. Itu adalah teman yang mengambil peran sebagai pihak menyampaikan pesan kepada orang lain, sementara orang yang menguap adalah penerima pesan. Motif komunikasi berasal dari teman tersebut. Namun, jika seseorang secara sengaja menguap maka mereka yang mengambil inisiatif dalam berkomunikasi.

Sebagai contoh lain, jika seseorang melambaikan tangan pada teman, tetapi teman tersebut tidak melihatnya pada saat itu. Ada pesan yang telah disampaikan, tetapi tidak diterima (*received*). Pesan yang disampaikan oleh komunikator tidak berhasil mencapai tujuannya, yaitu penerima pesan. Namun, ada situasi lain di mana seseorang melambaikan tangan pada teman tidak ada respons saat itu, tetapi keesokan harinya teman tersebut mengakui bahwa dia tidak menyadari lambaian tangan karena sibuk memikirkan hal lain dan baru menyadari ketika sudah terlambat. Dalam kasus ini, ada umpan balik yang tertunda. Umpan balik adalah respons atau tanggapan terhadap pesan yang telah disampaikan. Meskipun pesan telah sampai dan pada akhirnya diterima, responsnya tertunda karena beberapa alasan. Dalam hal ini, pengirim pesan adalah orang yang melakukan lambaian tangan dan teman adalah penerima pesan.

Penting untuk dicatat bahwa dalam ilmu komunikasi pesan tidak selalu harus mencapai tujuannya (*received*). Ketika menyampaikan pesan, tindakan komunikasi sudah terjadi dan setiap tindakan komunikasi memiliki motifnya baik yang disadari maupun yang berasal dari alam bawah sadar. Ketika menyampaikan pesan sebenarnya telah melalui proses yang disebut sebagai komunikasi intrapribadi (dalam

diri sendiri) dan ada motif yang mendasarinya. Jadi, ketika pesan yang dibawakan oleh motif tersebut ternyata tidak berhasil mencapai tujuannya, ini menjadi objek kajian dalam ilmu komunikasi yang mencoba untuk memahami mengapa pesan yang telah dikirimkan tidak berhasil mencapai penerimaannya.

2. Penyampaian pesan

Komunikasi adalah faktor kunci dalam perilaku manusia dan hubungan antara individu. Namun, tidak semua tindakan atau interaksi manusia dapat disebut sebagai komunikasi. Salah satu aspek yang mencirikan suatu tindakan sebagai komunikasi adalah adanya upaya atau proses penyampaian pesan. Jika pesan tidak disampaikan maka bukan komunikasi.

Sebagai contoh, ketika berada di dalam sebuah bus yang panas dan duduk di sebelah seseorang yang bau keringat, jika tidak menyampaikan pesan atau bahkan bertanya mengenai bau tersebut maka tidak ada komunikasi yang terjadi. Tindakan hanya sebatas reaksi pribadi yang tidak melibatkan interaksi dengan orang lain di sekitar. Namun, dalam ilmu komunikasi terdapat juga konsep komunikasi intrapribadi yang mencakup percakapan atau dialog yang terjadi dalam diri sendiri. Ini termasuk pemikiran, pertanyaan, dan jawaban yang diberikan kepada diri sendiri. Sebagai contoh ketika berbicara dalam hati, mengungkapkan perasaan atau pemikiran terkait dengan situasi tersebut.

Komunikasi intrapribadi memiliki relevansi dalam ilmu komunikasi karena menjadi dasar bagi komunikasi antarpribadi. Seseorang yang menghadapi tantangan dalam berkomunikasi dengan diri sendiri cenderung juga menghadapi kesulitan dalam berkomunikasi dengan orang lain. Oleh karena itu, pemahaman terhadap komunikasi intrapribadi menjadi kunci dalam memahami keterkaitan aspek psikologis dengan proses komunikasi.

Terutama dalam dunia terapi psikologis, metode yang dikenal sebagai komunikasi terapeutik digunakan untuk membantu individu

yang mengalami masalah psikologis. Dalam metode ini, seorang terapis menggunakan komunikasi yang terstruktur untuk membantu pasien mengatasi masalahnya dan membangun hubungan sosial yang lebih sehat. Metode ini berpandangan bahwa gangguan jiwa sering kali berkaitan dengan gangguan komunikasi, di mana pasien mungkin kesulitan untuk mengungkapkan diri. Komunikasi terapeutik dirancang untuk mengatasi masalah tersebut dan memfasilitasi penyembuhan jiwa serta perbaikan hubungan interpersonal.

3. Antarmanusia

Dalam mitos dan sastra, sering kali menemui kisah-kisah di mana manusia bisa berkomunikasi dengan hewan dan tumbuhan. Beberapa lirik lagu seperti yang dicontohkan dari lagu Ebiet G. Ade juga mengundang untuk berbicara dengan unsur alam seperti rumput yang bergoyang. Meskipun terdengar tidak jelas, motif di balik hal ini mungkin adalah penggunaan gaya bahasa (majas) yang mempersonifikasi benda-benda alam dan membuat terkesan memiliki kemampuan berbicara seperti manusia. Gaya bahasa ini sering digunakan untuk memberikan keindahan dan daya tarik pada kata-kata.

Namun, penting untuk dipahami bahwa keindahan kata-kata dan penggunaan majas tersebut dapat menjadi alat untuk mengalihkan atau menyembunyikan ketidakmampuan dalam komunikasi yang jelas dan langsung (verbal). Ketika seseorang merasa enggan atau tidak mampu menyampaikan keinginannya kepada orang lain, sering kali menggunakan komunikasi dengan unsur alam atau benda-benda sebagai pengganti. Ini bisa menjadi masalah psikologis karena mencerminkan kesulitan dalam berkomunikasi antarmanusia.

Dalam ilmu komunikasi, penting untuk diingat bahwa komunikasi hanya terjadi antara manusia. Jadi, walaupun merasa bahwa bisa berbicara dengan alam atau benda-benda pesan sebenarnya tidak akan sampai pada pihak yang dimaksudkan, kecuali jika pesan tersebut diwujudkan dalam bentuk yang dapat diterima oleh manusia.

Penggunaan bahasa yang rumit dan puitis dalam ungkapan cinta atau perasaan sering kali dianggap indah oleh banyak orang. Namun, penting untuk memahami bahwa komunikasi yang efektif memerlukan kejelasan dan keterbukaan, terutama ketika berhadapan dengan hubungan sosial yang nyata.

Dalam era teknologi komunikasi modern, memiliki berbagai alat yang memungkinkan untuk berkomunikasi dengan manusia lain dengan mudah dan cepat. Oleh karena itu, penting untuk menghindari komunikasi yang rumit dan tertunda serta lebih berani berkomunikasi secara langsung dengan orang lain.

Hal yang perlu dicatat adalah bahwa ilmu komunikasi memeriksa bagaimana pesan disampaikan antara individu manusia. Komunikasi antarmanusia melibatkan individu yang mengirim pesan (manusia) dan individu lain yang menerima pesan (manusia lainnya), inilah yang menjadi pusat perhatian utama dalam ilmu komunikasi.

Berdasarkan karakteristik psikologis manusia dapat menganggap manusia sebagai komunikator alami. Sebagai pengirim pesan, pesan yang dihasilkan oleh manusia terkait dengan dua aspek sebagai berikut.

1. Konten pesan (*message content*)

Konten pesan merupakan hasil dari pemikiran dan juga berasal dari perasaan. Apa yang dikomunikasikan melalui kata-kata, ucapan, dan tindakan menjadi pesan yang diamati oleh orang lain. Pesan ini memicu reaksi, diterima, dan diproses dalam komunikasi.

2. Simbol (*symbols*)

Bahasa adalah salah satu contoh simbol yang paling umum dalam komunikasi. Selain bahasa, terdapat beragam simbol lain yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti gambar, gerakan tubuh, warna, isyarat, dan elemen lain yang juga memiliki kemampuan untuk mengomunikasikan makna atau pesan.

Ketika membahas komunikasi melalui bahasa, penting untuk menganggap bahasa sebagai medium yang sangat khas. Bahasa merupakan hasil dari perkembangan sejarah manusia sebagai makhluk yang selalu

beradaptasi dalam konteks komunikasi. Di zaman Yunani Kuno, para filsuf menganggap bahasa sebagai alat untuk mencari dan menyampaikan kebenaran, mengekspresikan unsur-unsur artistik, dan memengaruhi orang lain. Kemudian, para ahli linguistik modern memperluas pemahaman ini dengan memberikan pemahaman yang lebih terperinci tentang peran bahasa dalam berbagai konteks, termasuk aspek sosial, psikologis, dan politis. Untuk menyederhanakannya, bahasa adalah tentang kata-kata.

Seperti yang diungkapkan oleh Jalaluddin Rakhmat, para ahli komunikasi umumnya setuju bahwa makna kata-kata sangat subjektif, yakni kata-kata tidak memiliki makna, tetapi manusia yang memberikan makna. Dalam konteks ini, bahasa perlu dipahami sebagai bagian dari ideologi yang selalu terkait dengan kepentingan. Oleh karena itu, ketika komunikasi dilakukan melalui bahasa, perlu menggali kepentingan-kepentingan yang mungkin ada pada pengirim pesan (Rakhmat, 1996: 49).

Komunikasi sebagai Aktivitas Simbolik dan Pertukaran Makna

Komunikasi terjadi antara manusia, salah satu ciri khas manusia adalah kemampuannya menggunakan simbol (*homo symbolicum*) dan selalu mencari serta memberikan makna (*homo significan*). Dalam konteks ini, komunikasi juga dikenal sebagai aktivitas simbolis karena melibatkan penggunaan simbol-simbol berarti yang dapat diekspresikan dalam bentuk kata-kata (verbal) yang dapat ditulis dan diucapkan atau simbol-simbol non-verbal yang dapat dinyatakan melalui tindakan.

Manusia memiliki makna karena tidak hanya menjadi objek dalam kehidupan atau situasi sosial, tetapi juga menjadi subjek yang aktif dalam pengalaman. Manusia dapat berinteraksi dengan diri sendiri dan ketika berkomunikasi dengan diri sendiri menjadi subjek dan objek dalam percakapan internal. Berpikir adalah contoh dari berbicara kepada diri sendiri mirip dengan berkomunikasi dengan orang lain. Meskipun percakapan internal ini biasanya terjadi dalam keheningan, penting untuk

menyadari bahwa tanpa kemampuan berkomunikasi dengan diri sendiri manusia tidak akan dapat berkomunikasi efektif dengan orang lain. Berpikir juga memungkinkan manusia memberikan makna kepada segala sesuatu, menginterpretasikan situasi, dan berkomunikasi dengan diri sendiri melalui berbagai cara.

Oleh karena itu, manusia selalu mencari arti atau makna. Setiap individu yang memberikan makna pada diri sendiri juga memberikan makna kepada orang lain pada saat yang sama. Perasaan individu tentang diri sendiri terbentuk dan dipengaruhi oleh respons orang lain terhadapnya. Jika seseorang secara konsisten mengekspresikan diri dalam beragam perbedaan juga harus menerima perlakuan dari orang lain yang sesuai dengan cara memperlakukan orang lain.

Dengan pemahaman tentang hubungan ini, dapat memperkenalkan pendekatan atau teori interaksionalisme simbolis. Perspektif interaksi simbolis bertujuan untuk memahami budaya melalui perilaku manusia yang tercermin dalam komunikasi. Pendekatan interaksi simbolis menekankan pentingnya makna dalam interaksi budaya di dalam suatu komunitas. Makna yang mendasar akan tercermin melalui komunikasi antarwarga lokal yang sering menggunakan simbol-simbol yang memiliki makna. Oleh karena itu, tugas peneliti adalah untuk mengungkap makna-makna ini.

Penelitian tentang manusia memerlukan pendekatan yang berbeda dibandingkan dengan mempelajari objek mati. Peneliti harus berusaha untuk memahami subjek penelitian, menggali pengalaman, dan mencari pemahaman tentang nilai-nilai yang dipegang. Dalam ilmu sosial terdapat penekanan pada penggunaan sumber-sumber, seperti riwayat hidup, autobiografi, studi kasus, buku harian, surat, dan wawancara non-direktif daripada menggunakan metode kuantitatif tradisional. Sebagai contoh, Herbert Blumer seorang ilmuwan sosial yang menganut pendekatan interaksionalisme simbolis menekankan pentingnya pengamatan langsung peserta dalam penelitian komunikasi. Selain itu, tradisi ilmu sosial Chicago menganggap individu sebagai agen yang kreatif dan inovatif dalam situasi yang tidak dapat diprediksi. Masyarakat dan identitas individu dipandang

sebagai proses yang selalu berubah serta upaya untuk membatasi proses ini dengan struktur dianggap akan menghilangkan inti dari hubungan sosial (Littlejohn, 1995).

Oleh karena itu, perlu dipahami bahwa hubungan sosial harus dilihat dalam konteks yang lebih luas dalam masyarakat dengan memperhatikan individu. Dalam teori interaksionalisme simbolis terdapat tiga premis utama, yaitu manusia bertindak berdasarkan makna. Makna tersebut diperoleh melalui interaksi dengan orang lain dan makna-makna tersebut berkembang serta diperbaiki melalui interaksi tersebut. Berdasarkan pandangan Herbert Blumer, K. J. Veeger juga mengemukakan konsep identitas diri yang menekankan bahwa manusia tidak hanya merespons rangsangan dari lingkungan, tetapi juga memiliki kesadaran tentang diri sendiri. Konsep perbuatan menyiratkan bahwa tindakan manusia terbentuk melalui proses interaksi dengan diri sendiri yang berbeda secara mendasar dari tindakan yang dilakukan oleh entitas lain selain manusia. Konsep objek menunjukkan bahwa manusia ada di tengah-tengah objek yang ada, yaitu manusia lain dalam lingkungan sosial.

Konsep interaksi sosial yang menyoroti pentingnya proses pengambilan peran dalam interaksi sosial. Selanjutnya, *konsep aksi bersama* di mana tindakan kolektif berasal dari tindakan individu yang saling beradaptasi. Menurut Ryadi Soeprapto (2001), ada sedikit pakar yang memandang ada kelemahan dalam dasar pemikiran yang pertama. Mereka menganggap bahwa arti (*meaning*) seharusnya sudah menjadi bagian yang tidak dapat diabaikan dan dianggap sangat penting. Mereka memandang arti sebagai hasil interaksi netral antara faktor-faktor yang memengaruhi perilaku manusia, sementara perilaku dianggap sebagai hasil dari berbagai faktor lainnya. Pandangan ini terlihat dalam ilmu psikologi sosial saat ini. Pendekatan teori interaksionalisme simbolis, sebaliknya menekankan pentingnya arti yang melekat pada objek atau konsep dalam pemahaman manusia dan hal ini dianggap sebagai inti dari pengertian manusia itu sendiri.

Dalam konteks hubungan sosial, penting untuk menyadari bahwa hubungan sosial harus dipandang sebagai pertukaran makna antara

individu atau kelompok yang terlibat dalam interaksi tersebut. Setiap individu membawa kepentingan, ide, dan makna yang ditawarkan atau yang bertentangan dengan makna yang dimiliki oleh orang lain. Dalam hubungan yang terbentuk, pertukaran makna, dan nilai-nilai ini akan menghasilkan makna baru yang bersama-sama dibagikan oleh individu yang terlibat dalam hubungan tersebut. Dalam hubungan sosial, perbedaan latar belakang individu menciptakan keragaman dalam pemaknaan tentang diri dan kehidupan. Saat hubungan semakin mendalam, pemaknaan dan ide-ide akan menjadi titik temu yang berbagi.

Dalam proses komunikasi, simbol dapat muncul dalam tindakan dan aktivitas manusia atau dalam objek yang mewakili makna tertentu. Makna dalam hal ini mencakup persepsi, pemikiran, atau perasaan yang dialami seseorang dan kemudian disampaikan kepada orang lain. Ketika berkomunikasi dengan seseorang pada dasarnya mentransfer sejumlah simbol kepada mereka. Komunikasi dalam segala bentuknya, baik itu komunikasi antarpribadi, kelompok kecil, kelompok besar, konteks organisasi, masyarakat, atau melalui media massa selalu melibatkan proses pertukaran makna dan pemahaman bersama.

Komunikator Humanistik

Manusia sebagai Komunikator

Manusia sebagai komunikator memiliki karakteristik-karakteristik sebagai berikut.

1. Personal dan unik

Manusia adalah makhluk yang memiliki kepribadian yang mencerminkan karakter individu. Kepribadian ini tercermin dalam perilaku, penampilan, dan cara berbicara. Oleh karena itu, pesan yang diberikan oleh seorang individu dalam perannya sebagai komunikator akan mencerminkan identitas unik yang membedakan dari orang lain. Semakin jelas individu ini mengekspresikan diri dan menyampaikan

pesan yang mencerminkan siapa mereka, semakin mudah bagi orang lain untuk memahaminya.

Selain itu, tindakan ini juga dapat memberikan individu status atau predikat tertentu. Sebagai contoh, seseorang yang sering menyampaikan pesan memberikan wawasan dan pengetahuan kepada orang lain mungkin akan diakui sebagai ilmuwan, peneliti, pengamat, dosen, atau guru.

2. Aktif

Individu adalah entitas yang aktif dengan keinginan dan pemikiran yang unik. Individu berpartisipasi dalam pertukaran pesan dan terlibat dalam berbagai jenis komunikasi dengan orang lain.

3. Sadar diri dan terlibat dalam kehidupan sosial

Menurut perspektif psikologi humanistik, manusia memiliki peran yang disadari dalam hubungan sosial dan bertindak secara aktif. Dianggap sebagai individu yang memiliki kebebasan untuk membuat pilihan, tidak hanya terpengaruh oleh kebutuhan internal atau tergantung sepenuhnya pada lingkungan luar. Perspektif ini berbeda dengan pandangan instingtual yang melihat manusia dikendalikan oleh dorongan internal seperti libido atau pandangan behavioris yang menganggap manusia sangat dipengaruhi oleh lingkungan eksternal.

Komunikasi Manusia yang Terganggu vs Komunikasi yang Efektif

Karena komunikasi dipicu oleh motif tertentu, itu memiliki tujuan-tujuan khusus dan berfungsi dengan cara tertentu. Saat berbicara dengan orang lain, niat adalah untuk mendorong, untuk berperilaku atau bertindak sesuai dengan keinginan. Selain itu, ada juga tujuan lain yang ingin dicapai seperti ingin dipahami oleh orang lain atau mengubah persepsi orang lain terhadap diri sendiri.

Secara keseluruhan, tujuan-tujuan komunikasi melibatkan hal sebagai berikut.

1. Memfasilitasi pemahaman bersama.
2. Membangun kepercayaan.

3. Mengoordinasikan tindakan.
4. Merancang strategi.
5. Membagi tugas.
6. Berbagi emosi atau perasaan.

Fungsi komunikasi tidak selalu berjalan tanpa hambatan. Terkadang, proses komunikasi bisa mengalami kesulitan, terhambat, atau bahkan terhenti sepenuhnya. Gangguan adalah faktor yang mempengaruhi aliran informasi yang disampaikan kepada penerima, atau yang dapat menghambat penerimaan informasi tersebut.

Secara umum, terdapat dua jenis gangguan dalam komunikasi sebagai berikut.

1. Gangguan teknis berkaitan dengan hambatan-hambatan yang timbul di saluran komunikasi yang digunakan sebagai media antara komunikator dan penerima pesan (komunikatif) sehingga mengakibatkan pesan tidak dapat disampaikan dengan baik.
2. Gangguan semantik terkait dengan perbedaan dalam pemahaman makna simbol atau isi pesan yang disampaikan seperti perbedaan dalam penggunaan bahasa yang dapat menghambat pemahaman yang tepat.

Dalam komunikasi, kelancaran atau gangguan dalam proses berkomunikasi dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang berperan. Beberapa di antaranya mencakup sebagai berikut.

1. Latar belakang

Ketika berkomunikasi, penting untuk mempertimbangkan latar belakang baik dari pengirim pesan maupun penerima pesan. Kedua belah pihak memiliki pengalaman hidup yang berbeda, termasuk dalam hal budaya dan aspek lainnya yang dapat memengaruhi kondisi psikologis mereka, seperti tingkat pengetahuan dan suasana hati mereka.

2. Bahasa

Bahasa adalah representasi simbolik yang memiliki makna dan sangat krusial dalam proses komunikasi serta harus diperhitungkan dengan serius. Komunikasi antara dua individu tidak dapat berjalan jika tidak memahami bahasa yang digunakan. Bahasa mencerminkan aspek

budaya dan bahkan psikologi dalam masyarakat serta mencerminkan cara pandang masyarakat. Oleh karena itu, pendekatan sosio-kultural dan sosiolinguistik mengakui bahwa bahasa adalah sebuah ideologi.

3. Sikap

Sikap yang diperlihatkan dalam menyampaikan pesan juga memiliki dampak signifikan terhadap jalannya komunikasi, terutama dalam konteks komunikasi langsung dan tatap muka. Hal ini berkaitan erat dengan prinsip-prinsip etika komunikasi. Dalam situasi seperti ini, komunikasi yang tidak etis dianggap mengganggu karena melanggar prinsip-prinsip etika yang berlaku dalam penyampaian pesan. Dalam komunikasi timbal balik dalam sebuah percakapan, ada etika yang mencakup hal-hal sebagai berikut.

- a. Mendengarkan dengan penuh perhatian ketika lawan bicara berbicara.
- b. Tidak menginterupsi pembicaraan lawan bicara.
- c. Tidak meninggalkan lawan bicara.
- d. Tidak mengecilkan pembicaraan lawan bicara.
- e. Tidak berusaha untuk menunjukkan superioritas atau kelebihan kita.

Dengan menjalankan prinsip-prinsip etika ini, komunikasi dapat berjalan dengan lebih lancar dan efektif.

4. Waktu

Proses pengiriman pesan dari komunikator kepada komunikan harus memperhitungkan alokasi waktu yang tepat. Di zaman di mana komunikasi memiliki keterbatasan waktu dan biaya, efisiensi dalam penggunaan waktu untuk mencapai tujuan komunikasi menjadi sangat penting. Misalnya, jika seorang presiden ingin berkomunikasi dengan publik mengenai kenaikan harga BBM, perlu mempertimbangkan timing yang tepat agar pesan tidak terhambat.

Oleh karena itu, dalam pertemuan tim pemerintah perlu dibahas kapan pengumuman akan dilakukan dan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mencapai masyarakat luas. Ini juga terkait dengan

memastikan bahwa penggunaan waktu sesuai dengan kapabilitas media, termasuk media massa dan kemampuan praktisi opini publik yang mendukung kebijakan tersebut. Pekerja opini publik yang mendukung tindakan pemerintah juga akan berperan dalam menentukan kapan juru bicara presiden dan tokoh-tokoh partai pendukung kebijakan tersebut akan muncul di televisi, menulis opini di koran, dan sebagainya.

Waktu memiliki dampak yang signifikan pada perkembangan hubungan dan juga memengaruhi makna dari pesan yang disampaikan. Tekanan yang timbul karena banyaknya tugas dan keterbatasan waktu juga berdampak pada jumlah dan kualitas komunikasi dalam era modern saat ini. Oleh karena itu, pertimbangan terhadap waktu menjadi sangat penting dalam konteks ini.

5. Lingkungan

Lingkungan juga memiliki dampak signifikan terhadap jalannya komunikasi. Lingkungan dapat memengaruhi sikap seseorang. Sebagai contoh, berdiskusi secara efektif menjadi sulit dilakukan di tempat yang ramai, terutama jika diskusi tersebut bertujuan untuk membahas topik yang serius. Seorang dosen sebagai contoh, mungkin kesulitan untuk menyampaikan materi kuliah dengan efektif jika kelasnya terlalu ramai dengan jumlah mahasiswa yang banyak dalam satu kelas.

Dalam komunikasi antarmanusia, efektivitas komunikasi juga terkait erat dengan cara manusia menggunakan indra-indra dan alat tubuhnya. Kemampuan untuk melihat, mendengar, dan berbicara memainkan peran yang sangat penting dalam memastikan terjalannya komunikasi yang lancar dan efektif.

6. Melihat

Banyak orang beranggapan bahwa mata adalah jendela jiwa. Oleh karena itu, dalam komunikasi antara dua individu yang berdekatan, kontak mata memiliki dampak yang sangat kuat. Melihat adalah tindakan menggunakan mata untuk menangkap objek visual dalam kehidupan sehari-hari. Kemampuan penglihatan memainkan peran yang sangat penting dalam proses komunikasi, terutama dalam

komunikasi manusia yang memanfaatkan media visual seperti televisi, gambar, dan tulisan.

Dalam komunikasi tatap muka tidak hanya menerima pesan yang efektif dan bermakna dari suara seseorang, tetapi juga dari ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan penampilannya. Semua ini berkontribusi pada bagaimana pesan yang disampaikan diterima oleh pikiran dan perasaan.

Meskipun komunikasi radio yang mengandalkan suara penyiar sebagai komunikator bisa menarik terutama jika suara penyiar tersebut menarik dan enak didengar. Komunikasi televisi memiliki keunggulan karena selain suara yang menarik juga menyajikan elemen visual yang kuat. Iklan televisi sebagai contoh, lebih efektif dalam memengaruhi orang dibandingkan dengan iklan radio karena mampu memanfaatkan aspek visual. Ini adalah salah satu keuntungan dari kemampuan manusia untuk melihat.

Dalam komunikasi tertulis seperti dalam media massa, jelas bahwa orang yang tidak dapat melihat tidak dapat berpartisipasi dalam komunikasi lisan. Individu yang mengalami kebutaan kehilangan akses yang sangat penting ke komunikasi lisan yang berperan dalam pembentukan kepribadian dan perkembangan intelektual melalui informasi, wawasan, dan konseptualisasi ide yang disampaikan melalui tulisan. Mereka tidak dapat membaca koran, buku, atau materi bacaan lainnya.

7. Mendengarkan

Setelah pesan disampaikan, komunikasi melakukan proses mendengarkan yang melibatkan pemahaman dan ingatan terhadap simbol-simbol pendengaran. Mendengarkan merupakan keterampilan penting dalam komunikasi, tetapi sering kali memiliki keterampilan mendengarkan yang buruk. Mendengarkan melibatkan penerimaan rangsangan oleh telinga secara aktif. Melihat dan mendengar adalah kemampuan yang berbeda dan keduanya berperan dalam proses menerima dan menyampaikan pesan dalam komunikasi manusia.

Dalam komunikasi verbal, mendengarkan merupakan keterampilan penting yang melibatkan pendengaran untuk menerima pesan yang disampaikan secara lisan. Kemampuan mendengarkan tetap berfungsi bahkan jika seseorang mengalami hambatan penglihatan, seperti kebutaan. Namun, efek dari melihat dan mendengar berbeda satu sama lain dan keduanya dapat saling melengkapi dalam proses komunikasi. Mendengarkan yang efektif melibatkan serangkaian tahap, termasuk menyimak, memahami, mengingat, merespons, mengevaluasi, dan menafsirkan percakapan yang didengar. Keefektifan dalam mendengarkan juga sangat bergantung pada kemampuan intelektual dan emosional individu.

Menyimak adalah tindakan hati-hati untuk memerhatikan setiap kata yang diucapkan agar pesan dapat dipahami dengan baik. Memahami melibatkan pemahaman menyeluruh terhadap pesan yang didengar, bergantung pada kemampuan pikiran untuk mengaitkan kata dan kalimat dalam pesan. Mengingat berarti kemampuan untuk tetap mengingat pesan setelah ucapan selesai. Respons juga terjadi saat mendengarkan meskipun bisa berupa tanggapan dalam pikiran seperti persetujuan atau ketidaksetujuan. Proses ini juga melibatkan evaluasi terhadap suara yang didengarkan dan tindakan menafsirkan pesan.

Namun, terdapat hambatan dalam mendengarkan yang bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti sibuk dengan diri sendiri, asimilasi, pandangan lawan atau kawan, dan harapan pribadi terhadap pesan yang akan didengarkan. Semua faktor ini dapat menghambat proses mendengarkan yang efektif.

8. Berbicara

Berbicara adalah tindakan komunikasi yang perlu dilakukan secara efektif agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh pendengar atau audiens. Sebagai bagian dari proses penyampaian pesan, berbicara bukan hanya melibatkan pengucapan kata-kata, tetapi juga melibatkan posisi tubuh, gerakan tangan, ekspresi wajah, dan

elemen lainnya. Pesan tidak hanya disampaikan melalui kata-kata, tetapi juga melalui elemen-elemen lainnya.

Gerakan tubuh saat berbicara memiliki dampak yang signifikan. Saat berbicara di depan audiens seperti berdiri dengan kebebasan bergerak di antara audiens adalah gaya yang sering digunakan oleh orator terkenal seperti Mario Teguh, Ari Ginanjar, dan lainnya yang ahli dalam memotivasi orang.

Selain itu, ekspresi wajah juga memainkan peran sangat penting dalam komunikasi dan penyampaian pesan. Cicero, seorang tokoh retorika Romawi mengatakan “Ekspresi wajah adalah cermin jiwa.” Shakespeare, seorang penyair besar asal Inggris pernah menulis “*Your face... is a book where men may read strange matters.*” (Rakhmat, 2007: 85).

Petunjuk non-verbal, khususnya ekspresi wajah dianggap memiliki peran yang sangat signifikan dalam mengidentifikasi perasaan dan pesan dalam komunikasi. Menurut Dale G. Leather dalam bukunya *Nonverbal Communication System* (1976), wajah telah lama diakui sebagai sumber informasi utama dalam komunikasi antarmanusia. Wajah memiliki peran vital dalam menyampaikan makna dan dalam hitungan detik, ekspresi wajah dapat memengaruhi perasaan. Karena wajah bisa mencerminkan emosi dan perasaan, menggunakan ekspresi wajah yang sesuai saat menyampaikan pesan dapat membantu penerima pesan memahami pesan dengan lebih baik, bahkan sampai pada tingkat merasakan emosi yang sama dengan yang disampaikan.

Selain itu, konsep bahasa non-verbal atau paralinguistik juga penting untuk dipahami yang mencakup cara penyampaian pesan mengucapkan kata-kata secara verbal. Paralinguistik meliputi aspek-aspek, seperti intonasi, tempo, ritme bicara, dialek, dan perilaku yang disertai ketika mengucapkan kata-kata.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang berhasil terjadi ketika rangsangan yang dikirimkan oleh pengirim pesan berhubungan erat dengan rangsangan yang diterima atau dimengerti

oleh penerima pesan. Beberapa tanda keberhasilan dalam komunikasi yang efektif mencakup hal sebagai berikut.

- a. Tercapainya pemahaman di antara penerima pesan mengenai informasi dan pesan yang disampaikan.
- b. Timbulnya perasaan kepuasan dan kebahagiaan di kalangan audiens seperti ketika seorang pembawa acara (MC) berhasil menciptakan suasana yang menghibur sehingga penonton merasa senang.
- c. Terjadinya perubahan sikap di kalangan penerima pesan karena pesan yang disampaikan telah diterima dengan baik dalam pemahaman dan perasaan sehingga termotivasi untuk bertindak atau merespons pesan tersebut sesuai dengan harapan.
- d. Terjalannya hubungan yang lebih baik antara pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi. Tujuan komunikasi adalah untuk saling memahami melalui pertukaran pesan yang berlangsung secara timbal balik.



BAB III

KOMUNIKASI INTRAPERSONAL

Dwi Iin Kahinah, M.Sos.I.

(Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam,

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sorong)

Definisi Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal (diri sendiri) adalah penggunaan bahasa dan pikiran yang terjadi di dalam diri komunikator sendiri. Dalam komunikasi ini, posisi seorang individu menjadi pengirim (komunikator) sekaligus penerima pesan (komunikan) yang memberikan *feedback* pada dirinya sendiri. Contoh dari komunikasi ini adalah berdoa, bersyukur, introspeksi diri, dan berkhayal. Komunikasi intrapersonal sangat dibutuhkan untuk memahami diri sendiri.

Ada pendapat lain juga bahwa komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi dengan diri sendiri. Ini merupakan dialog internal dan bahkan dapat terjadi saat bersama dengan orang lain sekalipun. Sebagai contoh, ketika bersama seseorang apa yang dipikirkan termasuk dengan komunikasi intrapersonal. Pada komunikasi intrapersonal sering kali mempelajari peran kognisi dalam perilaku manusia. Dalam konteks ini biasanya dilakukan berulang-ulang daripada dengan komunikasi lainnya.

Uniknya lagi, komunikasi intrapersonal mencakup di mana kita bisa membayangkan, melamun, memersepsikan dan memecahkan masalah dalam pikiran (Effendi, 2003: 50).

Komunikasi intrapersonal dapat menjadi pemicu bentuk komunikasi yang lainnya. Pengetahuan mengenai diri pribadi melalui proses-proses psikologis seperti persepsi dan kesadaran (*awareness*) terjadi saat berlangsungnya komunikasi intrapribadi oleh komunikator. Untuk memahami apa yang terjadi ketika orang saling berkomunikasi maka seseorang perlu untuk mengenal diri sendiri dan orang lain.

Secara keseluruhan, komunikasi intrapersonal membentuk dasar bagi pemahaman diri, pengambilan keputusan pribadi, dan pertumbuhan pribadi. Dengan melibatkan diri dalam dialog batin yang sadar, individu dapat membentuk hubungan yang lebih mendalam dengan diri sendiri dan mengelola kehidupan dengan lebih efektif.

Komunikasi Intrapersonal dalam Bidang Psikologi

Komunikasi intrapersonal merupakan aspek penting dalam bidang psikologi dan pemahaman diri. Berikut adalah beberapa poin penting terkait dengan komunikasi intrapersonal dalam bidang psikologi sebagai berikut.

1. Introspeksi

Introspeksi adalah kemampuan untuk merefleksikan pikiran, perasaan, dan pengalaman diri. Ini merupakan elemen kunci dalam komunikasi intrapersonal, di mana seseorang secara aktif memeriksa dan menggali pemahaman lebih dalam tentang diri sendiri.

2. Pengambilan keputusan

Proses pengambilan keputusan sering kali melibatkan komunikasi intrapersonal. Seseorang mempertimbangkan berbagai faktor, nilai-nilai pribadi, tujuan, dan preferensi sendiri dalam mengambil keputusan.

3. Manajemen emosi

Komunikasi intrapersonal juga mencakup pengelolaan emosi. Individu mencoba untuk memahami dan mengelola perasaan sendiri, termasuk bagaimana emosi tersebut memengaruhi perilaku dan tindakan.

4. Perkembangan identitas

Dalam komunikasi intrapersonal, individu menjalani proses pengembangan identitas. Individu merenung tentang siapa mereka sebenarnya, apa yang dipercayai, dan bagaimana pengalaman hidup membentuk pandangan tentang diri sendiri.

5. *Self talk*

Self talk adalah bentuk komunikasi intrapersonal yang melibatkan percakapan internal dengan diri sendiri. Ini dapat berupa afirmasi positif atau *self critique* dan dapat memengaruhi tingkat kepercayaan diri dan motivasi individu.

6. Konflik internal

Terkadang individu mengalami konflik internal di mana berbagai aspek diri bertentangan. Misalnya, nilai-nilai pribadi mungkin bertentangan dengan tuntutan lingkungan. Komunikasi intrapersonal membantu individu untuk menavigasi konflik semacam ini.

7. Pengembangan diri

Komunikasi intrapersonal yang sehat dan refleksi yang mendalam dapat membantu individu dalam pengembangan diri, pertumbuhan pribadi, dan pencapaian tujuan.

8. Konseling dan terapi

Dalam konteks konseling dan terapi, komunikasi intrapersonal menjadi subjek penting. Terapis membantu klien menjelajahi pemikiran dan perasaan sendiri untuk memahami masalah psikologis dan mencari solusi.

Proses Berpikir dan Konsekuensi dalam Dirinya

Berpikir adalah proses komprehensif yang melibatkan berbagai aspek, seperti sensasi, persepsi, dan memori. Dalam proses berpikir ini, individu menggunakan konsep dan lambang baik secara visual maupun grafis sebagai representasi dari objek dan peristiwa yang dihadapi.

Individu menggunakan berpikir untuk memahami dunia sekitarnya, diri sendiri, dan lingkungan. Hasil dari proses berpikir ini dapat meliputi pengambilan keputusan, pemecahan masalah, atau bahkan penciptaan hal-hal baru.

Cara orang berpikir dan melakukan penarikan kesimpulan dapat dibagi menjadi dua pendekatan yang berbeda sebagai berikut.

1. Berpikir autistik

Berpikir autistik sering disebut sebagai lamunan yang melibatkan aktivitas, seperti fantasi, imajinasi, dan pemikiran yang penuh harapan. Dalam berpikir autistik, individu sering melepaskan diri dari kenyataan dan melihat hidup sebagai serangkaian gambar-gambar fantastis.

2. Berpikir realistik

Berpikir realistik dikenal sebagai berpikir rasional atau nalar. Hal ini adalah pendekatan berpikir yang mengacu pada dunia nyata. Berpikir realistik sering menggunakan metode, seperti deduktif, induktif, dan evaluatif untuk membuat kesimpulan yang lebih logis dan sesuai dengan realitas.

Berpikir objektif itulah yang memungkinkan individu untuk mendapatkan kekuatan, kemandirian, dan menghindari terjebak dalam emosi yang merugikan. Komunikasi internal melalui proses berpikir merupakan fondasi yang sangat penting dalam perkembangan individu modern yang diharapkan memiliki kemampuan untuk mengatasi berbagai masalah.

Pandangan dunia ditekankan dengan pendekatan objektif yang didasarkan pada fakta dan realitas bukan berdasarkan prasangka atau ketidaktahuan. Gunnar Myrdal menyatakan bahwa “Etos ilmu pengetahuan sosial adalah pencarian kebenaran yang bersifat objektif.” Seseorang memandang bahwa kebenaran adalah segalanya, sementara imajinasi dapat merusak terutama imajinasi yang oportunistik. Mereka mencari realisme yang salah satunya merujuk pada pandangan yang bersifat objektif terhadap realitas (Myrdal, 1981: 1).

Selanjutnya *creative thinking* (berpikir kreatif) dan *critical thinking* (berpikir kritis) merupakan dua jenis kemampuan berpikir yang berbeda namun saling melengkapi. Kedua jenis berpikir ini termasuk dalam kategori kemampuan berpikir tingkat tinggi atau *higher order thinking skills* yang dapat dijelaskan mengenai keduanya sebagai berikut.

1. *Creative thinking* (berpikir kritis)

Komunikasi internal yang efektif dapat memunculkan sifat kreatif dalam individu. Berpikir kreatif memungkinkan seseorang menciptakan karya yang diakui oleh orang lain sebagai penemuan atau penciptaan yang berarti. Kreativitas ini sering kali memfasilitasi hubungan interpersonal yang kuat dan membangun diri individu.

Banyak yang meyakini bahwa komunikasi intrapersonal, terutama berpikir (baik yang bersifat autistik atau realistik) dapat mendukung perkembangan kecerdasan kreatif. Contoh, sejarah menunjukkan bahwa seorang individu yang memiliki sifat autisme dan terlibat dalam komunikasi internal yang intens mungkin dapat menciptakan penemuan yang signifikan bagi perkembangan peradaban. Sebagai contoh, Thomas Alva Edison yang dalam masa kecilnya dianggap autis dan dianggap kurang pintar berhasil menciptakan berbagai penemuan penting, seperti perekam suara elektronik, mesin telegram yang otomatis mencetak huruf, bola lampu pijar praktis, dan lainnya. Meskipun autisme terkadang ditandai dengan fokus yang kuat pada diri sendiri, individu autis ini memiliki potensi kreatif yang luar biasa bisa muncul jika diberi arahan dan lingkungan yang sesuai.

Istilah autisme sendiri berasal dari kata *autos* yang berarti diri sendiri. Dengan merujuk pada fokus yang kuat pada diri sendiri atau kegiatan yang dilakukan oleh individu yang autis. Meskipun gejala autisme sering melibatkan gangguan dalam komunikasi, interaksi sosial, gangguan sensorik, pola bermain, dan perilaku emosional jika individu autis ini mendapat pendidikan dan bimbingan yang sesuai dapat mengembangkan potensi kreatif yang luar biasa.

Anak-anak dengan autisme mengalami gangguan komunikasi, terutama dalam interaksi dengan orang lain (komunikasi interpersonal), bukan dalam komunikasi internal sendiri. Beberapa ciri khas gangguan komunikasi pada anak-anak autis sebagai berikut (Jamila, 2008: 105—106).

- a. Kemajuan berbicara yang lambat.
- b. Terlihat seolah-olah memiliki masalah pendengaran dan tidak responsif terhadap apa yang dikatakan oleh orang lain.
- c. Jarang berbicara atau memiliki keterbatasan dalam berbicara.
- d. Sulit diajak untuk berbicara dan berkomunikasi.
- e. Terkadang mungkin mengucapkan kata-kata, tetapi dengan sangat terbatas.
- f. Penggunaan bahasa yang tidak selalu sesuai dengan pertanyaan atau situasi.
- g. Mengucapkan kata-kata atau frasa yang sulit dipahami oleh orang lain.
- h. Meniru kata-kata atau percakapan orang lain (*echolalia*).
- i. Dapat meniru kalimat atau lagu tanpa benar-benar memahami maknanya.
- j. Sering menarik tangan orang lain saat ingin meminta sesuatu.
- k. Mencari kontak mata yang minim dan sering menghindari pandangan orang lain.
- l. Tidak tertarik untuk bermain dengan teman-teman, sering menolak ajakan bermain, cenderung menyendiri dan duduk terpencil.

Oleh karena itu, beberapa ciri yang sering terlihat pada anak-anak dengan autisme dalam konteks komunikasi dengan lingkungan sosial dan orang lain.

Alan J. Rowe berpendapat bahwa kecerdasan kreatif memiliki perbedaan dengan konsep kecerdasan umum yang biasanya dikenal. Kreativitas menekankan pada cara berpikir dan dorongan untuk menciptakan sesuatu yang baru atau berbeda dari yang sudah ada.

Alan J. Rowe menekankan bahwa kecerdasan kreatif melibatkan penggabungan tindakan kreatif dengan pengetahuan yang mendalam untuk memahami permasalahan tertentu. Imajinasi dalam konteks ini lebih dari sekadar mengingat gambaran nyata dan dapat mencakup hipotesis, ide-ide unik, atau khayalan yang diciptakan oleh pikiran. Semua ini pada akhirnya telah menghasilkan banyak inovasi yang dinikmati saat ini.

Kecerdasan kreatif berbeda dengan kecerdasan umum, seperti kecerdasan intelektual biasa atau IQ. Penelitian yang dilakukan oleh *Institute of Personality Assessment* menunjukkan bahwa pada individu dengan tingkat kecerdasan tinggi (IQ 120 atau lebih), kecerdasan umum tidak memiliki peran signifikan dalam memengaruhi tingkat kreativitas. Hasil penelitian menegaskan bahwa motivasi adalah faktor kunci yang penting dalam mengembangkan kreativitas. Ini mengimplikasikan bahwa kepribadian seseorang menjadi penentu utama dalam mendorong untuk mencapai pencapaian-pencapaian besar.

Penting untuk dicatat bahwa tes IQ sendiri tidak mampu secara akurat memprediksi tingkat kreativitas individu. Individu kreatif terutama siswa yang memiliki kreativitas tinggi lebih fokus pada upaya untuk mengidentifikasi masalah yang relevan daripada hanya mencari jawaban yang benar. Peran IQ dalam kehidupan secara keseluruhan dianggap kurang signifikan dibandingkan dengan faktor-faktor, seperti kepribadian, motivasi, pengalaman, faktor sosial, dan ekonomi.

Alan J. Rowe (2005) mengidentifikasi empat tipe kecerdasan kreatif yang berbeda sebagai berikut.

a. Kecerdasan intuitif

Tipe ini berorientasi pada hasil dan menggunakan pengalaman masa lalu sebagai panduan dalam menjalankan berbagai tindakan.

b. Kecerdasan inovatif

Tipe ini fokus pada pemecahan masalah, memiliki pendekatan yang sistematis, dan mengandalkan data dalam proses kreatif.

c. Kecerdasan imajinatif

Orang dengan tipe ini memiliki kemampuan visualisasi yang kuat, cenderung memiliki kecenderungan artistik, senang menulis, dan memiliki kemampuan berpikir kreatif yang di luar nalar.

d. Kecerdasan inspirasional

Tipe ini berfokus pada perubahan sosial dan bersedia berkorban demi mencapai tujuan yang melibatkan perubahan tersebut.

Dengan demikian, terdapat beragam cara di mana seseorang dapat mengekspresikan dan mengaktifkan kecerdasan kreatif dan setiap tipe kecerdasan kreatif ini memiliki karakteristik serta pendekatan yang berbeda dalam menghadapi tantangan kreatif.

2. *Critical thinking* (berpikir kritis)

Individu yang sering terlibat dalam pemikiran dalam konteks komunikasi intrapersonal adalah mereka yang memiliki kecenderungan untuk merenung, bersifat reflektif, evaluatif, dan tidak mudah menerima pandangan atau informasi dari luar. Sebagai hasil dari proses berpikir dalam konteks komunikasi intrapersonal, salah satu kemampuan yang dapat dikembangkan adalah kemampuan untuk berpikir kritis.

Relevansi dari jenis pemikiran ini semakin meningkat di era saat ini. Namun, disayangkan bahwa kemampuan berpikir kritis mengalami penurunan di era modern. Banyak pengamat dan praktisi di berbagai lembaga telah mengungkapkan keprihatinan mengenai penurunan kemampuan berpikir dan analisis dalam masyarakat. Fenomena ini tidak hanya terbatas pada Indonesia, melainkan juga terjadi di berbagai negara yang mengalami kemerosotan tradisi berpikir kritis. Di Barat pun tradisi berpikir kritis tampaknya mengalami kemunduran.

Tidak mengherankan bahwa John Bardi seorang dosen di sebuah universitas Amerika Serikat dengan pengalaman mengajar dalam bidang filosofi dan studi budaya selama dua puluh lima tahun merasa prihatin melihat penurunan kemampuan berpikir kritis di tingkat pendidikan tinggi. Dalam sebuah esai pada tahun 2001 yang membahas cara berpikir kritis, Bardi mengungkapkan keprihatinannya

menyatakan bahwa kualitas intelektual yang saya temui di ruang kuliah semakin menurun setiap tahun dan mahasiswa tahun ini merupakan yang terburuk dalam hal ini.

Hilangnya tradisi berpikir kritis tampaknya bisa disebabkan oleh ketidaksetaraan dalam hubungan sosial dan dominasi yang ada serta upaya kekuatan yang berkuasa untuk menghilangkan kebiasaan berpikir kritis tersebut. Ini bukanlah fenomena yang baru, tetapi telah ada sejak lama dalam masyarakat yang ditandai oleh ketidaksetaraan dan dominasi, terutama dalam hubungan kelas yang cenderung meredam tradisi berpikir yang bersifat objektif, kritis, dan dialektis.

Ketika kelas yang memiliki kekuasaan berusaha untuk mempromosikan tradisi berpikir yang tidak kritis, masyarakat secara keseluruhan dapat terjerumus dalam pola berpikir yang tidak kritis atau kurang bijaksana. Kelas berkuasa sering kali tidak memiliki dorongan untuk berpikir kritis karena mereka jarang menghadapi kontradiksi material dalam kehidupan sehari-hari. Kekayaan dan kenyamanan material mereka membuat mereka jarang merasakan ketidakpuasan atau kebutuhan yang tidak terpenuhi. Sebagai akibatnya, pikiran mereka tidak terlatih untuk berpikir kritis, dan komunikasi internal atau pertanyaan introspektif jarang terjadi. Kelas berkuasa juga cenderung memiliki kecenderungan untuk selalu mendapati bahwa kehendak subjektif sesuai dengan kondisi objektif. Dalam kata lain, sering melihat bahwa apa yang diinginkan selalu terpenuhi. Hal ini menciptakan watak yang biasanya bersifat sepihak, subjektif, dan jika kondisi objektif tidak sesuai cenderung menggunakan pemaksaan untuk mencapai tujuan.

Ketidaksetaraan sosial sering kali memerlukan penggunaan kekuatan atau alat pemaksaan untuk menjaga status quo. Ini dapat mencakup penggunaan aparat keamanan, seperti prajurit, tentara, atau kekuatan militer lainnya. Hal ini terlihat dalam berbagai tingkatan masyarakat, mulai dari raja dan tuan tanah yang mengandalkan prajurit hingga pemilik modal yang menggunakan militer atau tentara reguler. Bahkan di tingkat desa. Penindasan selalu membutuhkan alat atau

lembaga pemaksa untuk mengamankan kepentingan yang dijalankan. Jadi, pemaksaan adalah hasil dari dorongan kepentingan yang berjalan secara sepihak, pemikiran yang salah, dan kadang-kadang diterapkan secara paksa. Dalam konteks ini, penindasan selalu memerlukan alat atau lembaga pemaksa.

Apakah kebenaran dan pandangan yang lebih maju muncul secara tiba-tiba atau sebagai wahyu yang turun dari langit? Ini adalah pandangan yang keliru. Kebenaran atau pemahaman yang lebih mendalam tidak muncul dengan sendirinya sebagai sesuatu yang diberikan secara Ilahi. Mereka timbul melalui proses berpikir, pertanyaan, dan pencarian yang berkelanjutan yang dilakukan oleh manusia. Manusia tidak hanya berfokus pada memenuhi kebutuhan dasar, seperti makanan, minuman, dan kebutuhan seksual. Mereka juga memiliki kemampuan untuk berpikir secara kritis dan merenung serta inilah yang menghasilkan pemikiran-pemikiran baru dan pemahaman yang lebih mendalam.

Individu yang memiliki kecukupan materi sering kali terlibat dalam komunikasi eksternal dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini sering mengakibatkan kurangnya latihan dalam komunikasi intrapersonal, yaitu kemampuan untuk berkomunikasi dengan diri sendiri. Sayangnya, realitas yang dipenuhi dengan ketidaksetaraan dan kontradiksi adalah yang memotivasi manusia untuk berpikir secara kritis, merenung, dan akhirnya menghasilkan pemikiran serta tindakan yang baru.

Jika tidak ada pertentangan, ketidaksetaraan, dan kontradiksi dalam kehidupan material manusia tidak akan pernah maju dalam hal berpikir dan bertindak. Sebaliknya, orang-orang yang kurang beruntung secara materi dan sering menjadi korban ketidaksetaraan yang diberlakukan oleh orang kaya, lebih terlibat dalam komunikasi intrapersonal. Mereka cenderung untuk mengajukan pertanyaan, merenungkan situasi, dan menguatkan dorongan batin. Ini melatih

kepribadian serta menghasilkan dua karakteristik utama, yaitu kecerdasan dan kritisisme.

Sebagai hasil dari pengalaman ketidaksetaraan dan kontradiksi yang dialami menjadikannya cerdas, kritis, dan bahkan mungkin menantang situasi sosial serta hubungan dengan orang lain, terutama dengan kelas penguasa. Ketidaksetaraan dan kontradiksi ini memaksa untuk berpikir serta bertanya-tanya dan dari situlah muncul pemikiran kritis yang tajam.

Makna dari komunikasi intrapersonal atau komunikasi dalam diri tidak hanya berlaku dalam situasi ketika seseorang miskin, tetapi juga dalam konteks ketika seseorang merasa kesepian atau memilih untuk menjalani waktu tanpa berinteraksi dengan orang lain. Dalam banyak kasus, kesepian dianggap sebagai cara untuk mencapai pemahaman diri yang lebih dalam.

Kesepian dapat menjadi momen berharga yang memicu potensi kreatifnya dan memungkinkannya untuk mengeksplorasi pemikiran reflektif. Hasil dari kesepian ini dapat berupa penemuan-penemuan baru dan ide-ide segar tentang makna diri. Terkadang, pemikiran-pemikiran baru ini diwujudkan dalam bentuk kata-kata. Bayangkan jika tidak ada kesepian maka proses pemikiran reflektif akan selalu terganggu. Jadi, kesepian bukanlah bentuk isolasi dari realitas, tetapi dapat menjadi waktu yang berharga untuk introspeksi dan pencarian makna yang lebih dalam dalam kehidupan seseorang.

Berpikir kritis melibatkan penggabungan dan koordinasi semua aspek kognitif yang dihasilkan oleh komputer biologis yang ada di dalam otak setiap individu. Ini mencakup persepsi, emosi, intuisi, berbagai mode berpikir baik linear maupun non-linear, serta penalaran induktif dan deduktif. Vincent Ryan Ruggiero dalam bukunya yang berjudul *Beyond Feelings: A Guide to Critical Thinking* mengidentifikasi tiga aktivitas dasar yang terlibat dalam pemikiran kritis, yaitu (Ruggiero, 2003: 21—22):

- a. menemukan bukti yang relevan;
- b. menganalisis makna dari bukti tersebut; dan
- c. mengambil kesimpulan yang didasarkan pada bukti-bukti yang ada.

Untuk membiasakan diri berpikir kritis, langkah-langkah yang biasanya harus diambil adalah sebagai berikut.

- a. Mengumpulkan bukti-bukti

Bukti dapat berupa pengamatan langsung terhadap hal-hal yang dapat dipersepsi oleh panca indra (seperti yang dapat dilihat, dirasakan, didengar, dicium, dan sebagainya) atau fakta-fakta yang diperoleh dari sumber-sumber tepercaya, seperti penelitian, data statistik, kesaksian, dan informasi lainnya. Penting untuk mengumpulkan bukti secara langsung melalui pengalaman pribadi karena bukti dari pihak ketiga dapat memunculkan keraguan.

- b. Berpikir logis

Mengadopsi kebiasaan berpikir secara logis merupakan langkah kunci dalam pengembangan kemampuan berpikir kritis. Berpikir logis adalah kemampuan untuk secara rasional memproses informasi. Ini bukanlah sesuatu yang berkembang secara alami, melainkan sebuah keterampilan atau disiplin yang harus dikuasai dan diasah baik melalui pendidikan formal maupun dalam kehidupan sehari-hari. Berpikir logis melibatkan pemahaman tentang konsep seperti silogisme yang terdiri dari tiga pernyataan, yaitu premis utama, premis minor, dan kesimpulan.

- c. Sikap skeptis

Sikap skeptis mencerminkan rasa keraguan yang sehat karena kebutuhan akan bukti yang kuat. Skeptisisme menunjukkan bahwa seseorang tidak mudah percaya tanpa bukti yang memadai, bahkan bisa mencari bukti sendiri. Ini merupakan elemen penting dari pemikiran kritis. Skeptisisme bukanlah sinisme yang sering kali disalahartikan sebagai hal yang sama. Skeptisisme adalah sikap yang membenarkan bahwa ada kebenaran dan objektivitas di

dunia ini meskipun mungkin sulit ditemukan. Ini mendorong seseorang untuk mencari kebenaran. Di sisi lain, sinisme adalah sikap yang mencurigai bahwa semua orang memiliki motif tersembunyi. Orang sinis cenderung tidak percaya pada siapa pun dan mungkin tidak memiliki niat untuk mencari kebenaran karena menganggapnya sia-sia. Sinisme adalah sikap negatif.

Dengan pertumbuhan psikologis dan pengetahuannya, komunikasi intrapersonal telah menjadi integral dalam diri manusia. Inilah sebabnya mengapa ilmu psikologi sangat berperan dalam memperkaya pemahaman tentang bagaimana komunikasi ini terjadi.



BAB IV

KOMUNIKASI INTERPERSONAL

Masseni, M.Sos.I.

(Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam,
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sorong)

Definisi Komunikasi Interpersonal

Komunikasi antarpribadi adalah bentuk interaksi di mana individu berhubungan satu sama lain dengan menggunakan lambang pesan, terutama dalam konteks komunikasi manusia yang melibatkan bahasa. Dalam bidang ilmu sosiologi yang mempelajari hubungan antarindividu, proses tindakan dan reaksi dalam hubungan ini sering disebut sebagai interaksi sosial. Interaksi sosial adalah elemen kunci dalam kegiatan sosial yang melibatkan hubungan antara individu-individu. Penting dicatat bahwa interaksi sosial adalah proses dinamis yang dapat memengaruhi perubahan dalam individu atau kelompok.

Interaksi sosial juga memiliki dampak yang sangat nyata dalam kehidupan manusia. Melalui interaksi sosial, terjadi proses yang membawa perubahan baik pada individu maupun masyarakat. Ini melibatkan individu atau kelompok dengan nilai-nilai, tujuan, dan ide-ide tertentu. Selain itu,

interaksi sosial sering kali melibatkan penggunaan simbol, kata-kata, dan tindakan sebagai alat komunikasi.

Interaksi sosial terjadi melalui apa yang disebut sebagai kontak sosial yang berasal dari kata Latin *con* atau *cum* yang berarti bersama-sama dan *tango* yang berarti bersama-sama menyentuh. Dalam konteks sosial, kontak sosial merujuk pada hubungan antarindividu yang saling memengaruhi tanpa perlu adanya kontak fisik yang bersentuhan. Sebagai contoh, saat individu berbicara dan berbagi informasi atau pendapat, hal itu dapat memengaruhi pengetahuan atau pandangan orang lain. Dalam era kemajuan teknologi informasi, terdapat bentuk-bentuk baru dari kontak sosial, seperti berkomunikasi melalui telepon, telegraf, radio, surat, email, dan lainnya.

Selama interaksi sosial, simbol juga memegang peran penting. Simbol diartikan sebagai sesuatu yang diberi nilai atau makna oleh individu yang menggunakannya. Saat manusia berinteraksi satu sama lain menggunakan simbol untuk berkomunikasi, menginterpretasikan, dan memahami makna perilaku orang lain baik dalam konteks stimulus maupun respons dalam tingkah laku manusia.

Komunikasi interpersonal adalah suatu proses di mana pesan-pesan dikirim dan diterima antara dua individu atau dalam sebuah kelompok kecil individu yang melibatkan efek-efek tertentu serta umpan balik yang diberikan secara langsung (*the process of sending and receiving messages between two persons, or among a small group of people, with some effects and some immediate feedback*) (Devito, 1989).

Dari definisi tersebut, komunikasi antarpribadi dapat terjadi antara dua individu yang berada dalam situasi satu-satu seperti contohnya percakapan antara suami dan istri saat mereka berdua berbicara. Komunikasi antarpribadi juga bisa berlangsung antara dua individu yang bertemu satu sama lain seperti dalam situasi di mana seorang mahasiswa berinteraksi dengan dosen pembimbingnya.

Komunikasi antarpribadi menjadi lebih efektif ketika berlangsung dalam bentuk dialogis di mana kedua individu saling berkomunikasi dengan timbal balik. Dalam komunikasi dialogis terjadi interaksi yang dinamis di

mana setiap individu berperan sebagai pendengar dan pembicara. Kedua individu saling mengirim dan menerima pesan yang memungkinkan terciptanya pengertian bersama dan empati. Komunikasi ini juga memungkinkan pengamatan ekspresi wajah, kontak mata, dan bahasa tubuh yang dapat memperkuat rasa saling menghormati dan pengertian.

Namun demikian, tidak selalu terjamin bahwa komunikasi dialogis akan selalu menghasilkan kesetaraan dan adil dalam saling memberi dan menerima. Dalam banyak kasus keakraban dan kesederajatan lebih mungkin terjadi antara individu yang memiliki kesamaan dalam bidang tertentu, seperti pendidikan, pekerjaan, hobi, ideologi, dan sebagainya. Kesamaan ini sering disebut sebagai kerangka referensi atau kesamaan dalam bidang pengalaman.

Mulyana (2010: 81) mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal atau antarpribadi adalah bentuk komunikasi yang terjadi secara langsung antara individu-individu yang berinteraksi tatap muka. Dalam komunikasi ini, setiap pelaku komunikasi memiliki kemampuan untuk mengamati reaksi orang lain secara langsung, baik melalui bahasa verbal maupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi interpersonal adalah komunikasi *dyadic* yang melibatkan satu atau dua orang.

Dari pengertian-pengertian yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal atau antarpribadi terjadi dalam skala jumlah yang terbatas dan kecil. Biasanya komunikasi interpersonal terjadi antara individu yang saling mengenal dan akrab satu sama lain. Oleh karena itu, komunikasi interpersonal dapat dianggap sebagai bentuk komunikasi yang paling efektif dalam mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang.

Keterkaitan antara Komunikasi dalam Intrapersonal dan Interpersonal

Keterkaitan antara komunikasi dalam intrapersonal (komunikasi dalam diri sendiri) dan interpersonal (komunikasi antarindividu) sangat erat dan saling memengaruhi. Ini disebabkan oleh berbagai alasan sebagai berikut.

1. Pembentukan pesan dan makna
Komunikasi intrapersonal adalah langkah pertama dalam proses komunikasi. Ketika seseorang berpikir, merenung, atau memproses informasi dalam dirinya sendiri membentuk pesan dan memberi makna pada informasi tersebut. Pesan yang dibentuk dalam komunikasi intrapersonal akan menjadi dasar untuk pesan yang akan dikomunikasikan kepada individu lain dalam komunikasi interpersonal.
2. Refleksi dan pemahaman diri
Komunikasi intrapersonal membantu individu untuk merenung tentang pemikiran, perasaan, dan keinginan sendiri. Ini membantu individu memahami diri sendiri dengan lebih baik yang pada gilirannya dapat memengaruhi cara berinteraksi dengan orang lain dalam komunikasi interpersonal. Seseorang yang memiliki pemahaman diri yang baik mungkin lebih terbuka terhadap perspektif orang lain dan lebih mampu berkomunikasi secara efektif.
3. *Self-Disclosure*
Gagasan mengenai *self-disclosure* yang mencakup berbagi informasi pribadi tentang diri sendiri dengan orang lain juga melibatkan aspek komunikasi intrapersonal. Sebelum seseorang memutuskan untuk mengungkapkan diri kepada orang lain sering kali melakukan proses pemikiran dalam diri sendiri mengenai apa yang akan dibagikan dan bagaimana cara yang paling tepat untuk melakukannya.
4. Pengaruh emosi
Komunikasi intrapersonal memainkan peran besar dalam pengelolaan emosi. Bagaimana seseorang mengelola dan memahami emosinya sendiri akan memengaruhi cara merespons emosi orang lain dalam komunikasi interpersonal. Individu yang memiliki kemampuan untuk mengelola emosi dengan baik mungkin lebih baik dalam berkomunikasi dengan empati dan penuh pengertian.
5. Pembentukan sikap dan keyakinan
Proses berpikir dalam komunikasi intrapersonal dapat membentuk sikap dan keyakinan seseorang. Ini dapat memengaruhi bagaimana

berinteraksi dengan orang lain dan bagaimana merespons pandangan atau keyakinan orang lain dalam komunikasi interpersonal.

Dengan demikian, komunikasi intrapersonal dan interpersonal adalah dua aspek yang saling melengkapi dalam proses komunikasi manusia. Bagaimana seseorang berkomunikasi dengan diri sendiri dan memproses informasi secara pribadi akan memengaruhi bagaimana berkomunikasi dengan orang lain dalam berbagai situasi interpersonal.

Keunggulan dan Keterbatasan Komunikasi Interpersonal

Berdasarkan penjelasan sebelumnya beserta contohnya, beberapa keunggulan komunikasi antarpribadi dibandingkan dengan bentuk komunikasi lainnya dapat diidentifikasi. Dalam hal kemampuannya untuk memengaruhi perilaku, sikap, pandangan, dan tindakan penerima pesan. Salah satunya adalah bahwa komunikasi antarpribadi terjadi secara langsung (*face to face*). Dalam komunikasi tatap muka terjadi kontak pribadi yang mencakup penggabungan suara dengan cara penyampaian pesan, ekspresi wajah, intonasi bicara, dan berbagai faktor lainnya. Dengan berhadapan langsung, dapat segera menilai respons dari lawan bicara dan dapat dengan cepat menyesuaikan gaya komunikasi jika mendeteksi reaksi yang tidak menguntungkan.

Oleh karena itu, komunikasi ini terbukti lebih efektif dalam merancang pesan persuasif atau ajakan. Sebagai perbandingan, upaya mengajak seseorang untuk membeli melalui iklan televisi, atau cetak terkadang tidak seefektif mengunjungi konsumen secara langsung dari rumah ke rumah seperti yang sering dilakukan oleh para salesman yang berusaha menjual produk secara langsung.

Kekuatan komunikasi interpersonal terkait dengan konsep yang disebut oleh Littlejohn sebagai jalinan hubungan (*relationship*). Konsep ini merujuk pada sejumlah harapan yang dimiliki oleh partisipan dalam komunikasi yang memengaruhi perilaku dalam berkomunikasi. Jalinan hubungan

antarindividu sering kali menjadi latar belakang untuk pola-pola interaksi di antara partisipan dalam komunikasi antarpribadi. Sebagai contoh, ketika seseorang baru berkenalan dengan orang lain cenderung berhati-hati dalam berkomunikasi dan memilih kata-kata dengan hati-hati. Ini berbeda dengan komunikasi antara dua orang yang sudah akrab cenderung lebih spontan dalam berkomunikasi.

Beberapa asumsi lain tentang jalinan hubungan menurut Littlejohn adalah sebagai berikut.

1. Jalinan hubungan selalu terkait erat dengan komunikasi dan tidak dapat dipisahkan darinya.
2. Sifat dari jalinan hubungan ditentukan oleh komunikasi yang terjadi antara individu partisipan.
3. Jalinan hubungan biasanya didefinisikan secara lebih tersirat atau kurang eksplisit.
4. Jalinan hubungan bersifat dinamis (Stephen, 2002: 234).

Dalam berbagai bentuk komunikasi tidak mungkin untuk selalu mencapai keseimbangan atau simetri dalam hubungan. Terkadang, komunikasi antarpribadi menunjukkan adanya dinamika dominasi dan subordinasi dalam hubungan tersebut. Meskipun proses negosiasi dan penilaian terhadap hubungan dapat dengan mudah terjadi melalui komunikasi tatap muka, dampak dari komunikasi yang terhambat juga memiliki pengaruh yang lebih luas pada dinamika hubungan tersebut.



BAB V

KOMUNIKASI MASSA

Mubaddilah Rafa'al, M.Med.Kom.

(Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam,

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ternate)

Definisi Komunikasi Massa

Jalaluddin Rakhmat dengan merangkum definisi dari berbagai ahli mengartikan komunikasi massa sebagai bentuk komunikasi yang diarahkan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik. Tujuannya adalah agar pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan dalam waktu yang bersamaan oleh berbagai individu yang mewakili keragaman lapisan sosial (Jalaluddin, 2007: 189).

Perbedaan utama komunikasi massa dengan jenis komunikasi lainnya terletak pada sasarannya, di mana komunikasi massa ditujukan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok bukan hanya individu atau sebagian khusus dari populasi. Selain itu, komunikasi massa diasumsikan melibatkan penggunaan alat-alat khusus untuk menyampaikan pesan sehingga dapat mencapai secara serentak semua orang yang mewakili berbagai lapisan sosial.

Jika disederhanakan karakteristik komunikasi massa melibatkan aspek-aspek sebagai berikut.

1. Dilakukan oleh lembaga sosial, terutama media atau pers. Media dan masyarakat saling berpengaruh dan berinteraksi. Komunikasi massa dianggap sebagai komunikasi yang dilakukan oleh komunikator melembaga atau kolektif bukan individu.
2. Umumnya bersifat satu arah, di mana media massa menyampaikan informasi kepada masyarakat. Meskipun ada kemungkinan memberikan tanggapan, hal tersebut jarang terjadi dan hanya mencakup sebagian kecil dari proses komunikasi.
3. Umpan balik tertunda atau tidak langsung, di mana respons audiens atau pembaca tidak diketahui secara langsung seperti pada komunikasi antarpribadi.
4. Selalu melibatkan proses seleksi oleh media, di mana media memilih konten yang akan disampaikan kepada khalayaknya. Tidak semua peristiwa dalam masyarakat dapat diinformasikan oleh media.
5. Pesan bersifat umum, universal, dan ditujukan kepada audiens yang luas. Media dirancang secara teknologis untuk menjangkau masyarakat secara massal, menciptakan keserempakan, dan keserentakan dalam penerimaan pesan oleh massa.
6. Komunikasi bersifat anonim dan heterogen, tidak saling mengenal, dan berasal dari berbagai latar belakang sosial, budaya, agama, usia, dan pendidikan.
7. Membidik sasaran tertentu atau melakukan segmentasi, di mana media memilih kelompok tertentu dalam khalayak sebagai komunikannya meskipun jumlah penerima pesan tetap banyak.

Denis McQuail mengidentifikasi ciri utama komunikasi massa dari beberapa aspek sebagai berikut (Denis McQuail, 1987).

1. Sumber bukan berasal dari satu individu, melainkan dari organisasi formal yang sering kali digunakan oleh komunikator profesional.
2. Pesan beragam dapat diperkirakan, diproses, distandarisasi, dan selalu diperbanyak merupakan produk dan komoditi dengan nilai tukar.

3. Hubungan pengirim-penerima bersifat satu arah, impersonal, bahkan mungkin selalu bersifat non-moral dan kalkulatif.
4. Penerima merupakan bagian dari khalayak luas.
5. Cakupan kontak melibatkan kontak secara serentak antara satu pengirim dengan banyak penerima.

Belakangan ini, komunikasi massa telah menjadi fokus pengkajian yang serius karena berkaitan dengan dampaknya terhadap kesadaran individu dalam kehidupan sehari-hari. Banyak orang tua yang mengkhawatirkan pengaruh media massa, terutama televisi yang dianggap dapat merugikan perkembangan mental dan perilaku anak-anak. Hal yang sama berlaku di bidang pendidikan di mana guru dan pengamat menyatakan bahwa media telah memiliki dampak besar pada perkembangan kognitif, afektif, dan psikomotorik anak-anak melalui intervensi yang dilakukannya.

Sebagian orang tua dan guru memiliki sikap reaktif terhadap media dan komunikasi massa. Meskipun demikian, beberapa pengamat mengusulkan pendekatan yang berbeda dengan mendorong peserta didik untuk memahami media yang dikenal sebagai gerakan melek media atau literasi media. Orang tua berpendapat bahwa sebaiknya sekolah memberikan pemahaman kepada anak didiknya mengenai media sehingga memiliki kemampuan untuk bersikap kritis dan bijak terhadap isi media. Meskipun pendidikan melek media memerlukan upaya yang serius di sekolah-sekolah yang memiliki akses melimpah pada media, pendidikan ini dianggap sangat relevan dan penting.

Pendidikan melek media dalam konteks tersebut tidak hanya terbatas pada pengajaran keterampilan teknis dalam mengoperasikan dan mengakses media. Lebih dari itu, pendidikan melek media merupakan suatu proses kritis yang melibatkan analisis dan evaluasi terhadap tayangan yang layak dan yang tidak. Tidak hanya fokus pada aspek keterampilan teknis, pendidikan melek media menitikberatkan pada metode pencarian (*inquiry learning*) yang mendorong peserta didik untuk selalu bersikap kritis terhadap informasi yang dilihat, baca, dan dengar dari media yang tersebar di sekitar.

Di negara-negara maju, kesadaran terhadap pendidikan melek media sangat tinggi. Di Amerika sejak tahun 1978 melek media telah dirumuskan sebagai bagian dari pengajaran formal oleh *Ontario Association of Media Literacy*. Di Swedia sejak tahun 1980 melek media telah menjadi mata pelajaran yang wajib. Begitu juga di Denmark di mana melek media sudah menjadi bagian dari kurikulum sejak tahun 1970.

Menurut Steven A. Chafee (1975) komunikasi massa memiliki efek terhadap individu sebagai berikut.

1. Efek ekonomis menyediakan pekerjaan, menggerakkan ekonomi (contoh: dengan adanya industri media massa membuka lowongan pekerjaan).
2. Efek sosial menunjukkan status (contoh: seseorang dinilai dari media massa yang ia baca seperti surat kabar Pos Kota memiliki pembaca berbeda dibandingkan dengan pembaca surat kabar Kompas).
3. Efek penjadwalan kegiatan.
4. Efek penyaluran/penghilang perasaan.
5. Efek perasaan terhadap jenis media.

Model Komunikasi Massa

Komunikasi dengan menggunakan media massa semakin mendapatkan perhatian dari para ilmuwan seiring dengan berbagai macam perkembangan di bidang teknologi informasi dan komunikasi, salah satunya teknologi di bidang pers dan penerbitan. Oleh karena itu, pandangan mengenai model-model komunikasi massa berkembang sebagai berikut.

1. Model jarum hipodermis (*hypodermic needle model*)
Secara harfiah istilah *hypodermic* bermakna di bawah kulit. Dalam konteks ilmu komunikasi massa istilah ini terkait dengan keyakinan bahwa media massa memiliki pengaruh yang kuat, terarah, segera, dan langsung. Ini sesuai dengan konsep perangsang tanggapan (*stimulus-respons*) yang telah dikenal sejak awal perkembangan ilmu komunikasi.

Media diilustrasikan sebagai jarum hipodermis raksasa yang secara pasif mencocokkan massa sebagai penerima pesan. Media dianggap memiliki kekuatan luar biasa dan kemampuan untuk menyuntikkan ideologi ke dalam pikiran massa yang dianggap tidak memiliki kemampuan untuk berdaya. Massa sebagai penerima pesan dianggap terpecah dan terpecah terkait dengan media massa, tetapi sebaliknya komunikasi tidak memiliki hubungan satu sama lain.

2. Model komunikasi satu tahap (*one-step flow model*)

Model ini berpendapat bahwa media massa berkomunikasi secara langsung dengan massa penerima pesan tanpa melibatkan perantara, namun pesan tidak mencapai semua penerima pesan dan tidak menimbulkan dampak yang seragam pada setiap individu. Model komunikasi satu tahap ini merupakan bentuk murni dari warisan model jarum hipodermik.

Dalam model ini, media dianggap tidak memiliki kekuatan yang sangat besar. Aspek pilihan dalam penampilan, penerimaan, dan penyimpanan informasi dalam ingatan yang bersifat selektif memengaruhi bagaimana pesan diterima. Komunikasi tidak dipandang sebagai entitas yang sepenuhnya terbentuk oleh media seperti yang terlihat pada model jarum hipodermik yang menganggap komunikasi sebagai pihak yang tak memiliki daya. Selain itu, efek media dapat bervariasi antara individu satu dengan individu lainnya dalam kelompok massa.

3. Model komunikasi dua tahap (*two-step flow model*)

Konsep yang diusulkan oleh Lazarsfeld dan rekan-rekannya menyatakan bahwa ide-ide yang disampaikan oleh media massa seperti media cetak dan radio, diterima terlebih dahulu oleh individu yang memiliki ketokohan. Kemudian, tokoh tersebut memainkan peran dalam menyampaikan gagasan tersebut kepada masyarakat secara lebih luas. Dengan kata lain, terdapat dua tahap dalam proses ini. Tahap *pertama* melibatkan komunikator atau sumber utama yang menyampaikan ide kepada pemuka masyarakat yang biasanya berperan sebagai pemimpin

opini dalam komunitas. Tahap *kedua* melibatkan pemuka masyarakat tersebut dalam menyampaikan ide tersebut kepada pengikutnya.

Model ini menitikberatkan pada peran media massa dan komunikasi antarpribadi dalam penyaluran informasi. Oleh karena itu, dalam konteks ini diasumsikan bahwa masyarakat adalah suatu jaringan sosial yang saling berinteraksi dan memberikan pengaruh satu sama lain, seperti hubungan antara tokoh dengan pengikutnya dan sebagainya.

4. Model komunikasi tahap ganda (*multi-step flow model*)

Model ini merupakan hasil penggabungan dari berbagai model sebelumnya. Pada dasarnya, model ini meyakini bahwa penyebaran informasi terjadi secara berurutan dan dapat terjadi dalam berbagai situasi komunikasi. Jumlah tahap dalam proses ini dapat bervariasi tergantung pada maksud dan tujuan komunikator, ketersediaan media massa dengan kemampuannya untuk menyebarkan informasi, sifat dan isi pesan, serta nilai pentingnya pesan bagi penerima pesan.

Media Massa

Istilah media massa merujuk pada sarana atau metode terstruktur untuk menyampaikan pesan secara terbuka dan melibatkan khalayak dalam jarak yang luas dan dalam waktu yang singkat. Media massa bukan hanya sebagai alat komunikasi semata, tetapi juga sebagai institusi yang terdapat dalam masyarakat yang mengalami proses pengaturan oleh warga masyarakat melalui kekuasaan yang ada atau melalui kesepakatan-kesepakatan lainnya.

Lebih jauh, media merupakan kekuatan sosial dan kultural yang hadir di tengah-tengah masyarakat. Denis McQuail (1987) menguraikan definisi dan fungsi media sebagai berikut.

1. Industri pencipta lapangan kerja, barang, jasa, serta mendukung kelangsungan industri lainnya.
2. Sumber kekuatan dalam hal pengendalian, manajemen, dan inovasi bagi masyarakat.

3. Tempat (*platform*) untuk menampilkan berbagai peristiwa yang terjadi di masyarakat.
4. Saluran pengembangan kebudayaan, mencakup tata cara, model, gaya hidup, dan norma.
5. Sumber utama dalam membentuk citra individu, kelompok, dan masyarakat.

Sebagai bentuk komunikasi massa, karakteristik media massa dapat diamati dalam kehidupan sehari-hari sebagai berikut.

1. Publisitas

Media massa berfungsi sebagai penyampai pesan dan informasi kepada publik, khalayak, atau massa secara luas.

2. Universalitas

Pesan yang disampaikan bersifat umum dan tidak terbatas pada tema khusus, mencakup segala aspek kehidupan dan peristiwa di berbagai lokasi, serta memiliki relevansi dengan kepentingan umum karena audiensnya melibatkan masyarakat umum.

3. Periodisitas

Waktu terbit atau penayangan media massa bersifat teratur dan berkala, misalnya harian atau mingguan dan siaran dengan durasi tertentu per hari.

4. Kontinuitas; media massa menyajikan informasi secara berkesinambungan atau terus-menerus sesuai dengan periode siaran atau jadwal terbit.

5. Aktualitas

Isi dari aktualitas mencakup hal-hal baru, seperti informasi terkini, laporan peristiwa terbaru, tips baru, dan sebagainya. Aktualitas juga mencerminkan kecepatan penyampaian informasi kepada publik.

Peran media dalam membentuk pandangan masyarakat dan memengaruhi pandangan massa sesuai dengan kepentingannya terkait dengan berbagai pendekatan. Salah satu teori yang paling terkenal adalah *Teori Penentuan Agenda* atau *Agenda Setting Theory*. Teori ini meyakini bahwa agenda yang diusung oleh media memiliki kemampuan untuk

membentuk agenda masyarakat dan agenda masyarakat pada gilirannya dapat memengaruhi agenda pemerintah. Dengan kata lain, isu atau masalah yang secara berkelanjutan diekspos oleh berbagai media pada waktu yang bersamaan dapat dengan cepat memengaruhi topik pembicaraan yang dominan di masyarakat luas.

Jenis-Jenis Media Massa

Media massa dibagi menjadi beberapa bentuk sebagai berikut.

1. Media cetak seperti surat kabar memiliki karakteristik sebagai berikut.
 - a. Pesan yang disampaikan mencakup unsur reproduksi utama, termasuk simbol verbal, gambar, dan warna.
 - b. Bersifat portabel, nyaman, dan mudah dibawa ke mana-mana yang dapat dibaca di berbagai tempat dan dapat dibaca berulang kali.
 - c. Unsur umpan balik dapat bersifat verbal (seperti surat pembaca dan kritik) maupun non-verbal (melalui penjualan).
 - d. Sumber pendapatan utama dalam industri media cetak berasal dari iklan dan penjualan, baik secara eceran maupun langganan.
 - e. Isi pesan utamanya bersifat informatif.
 - f. Berfungsi sebagai *public sphere* menjadi ruang publik untuk penyampaian gagasan dari masyarakat, termasuk ruang untuk tulisan gagasan dan opini serta perdebatan atas isu-isu yang kontroversial.
 - g. Relatif bebas dari regulasi terutama di masyarakat yang menganut sistem pers bebas.
 - h. Wilayah jangkauannya masih didominasi oleh masyarakat perkotaan (urban).
2. Media audio contohnya, radio memiliki ciri-ciri sebagai berikut.
 - a. Unsur reproduksi utamanya adalah suara atau audio.
 - b. Secara relatif dapat dibawa ke mana-mana (portabel) meskipun tidak sepraktis media cetak.
 - c. Tidak dapat dinikmati berulang-ulang (sekali dengar) kecuali direkam dan didengarkan kembali.

- d. Pesan disampaikan secara serempak, khususnya dalam bentuk laporan langsung.
 - e. Proses komunikasinya melibatkan unsur umpan balik, baik yang bersifat verbal maupun nonverbal.
 - f. Kehidupannya juga sangat dipengaruhi oleh iklan yang jelas bukan hanya berasal dari penjualan.
3. Media audio-visual seperti televisi memiliki ciri-ciri sebagai berikut.
- a. Pesan disampaikan melalui unsur reproduksi yang bersifat verbal, gambar, warna, suara, dan gerakan.
 - b. Tidak bersifat portabel karena tidak dapat dibawa ke tempat yang diinginkan secara mudah—meskipun memungkinkan jika diinginkan, tetapi TV sebagai perangkat teknologi komunikasi cenderung berat.
 - c. Pesan juga tidak dapat diulang karena tampilan pesan bersifat sekilas sehingga cepat berlalu dan tidak dapat ditinjau kembali.
 - d. Bersifat serempak.
 - e. Umpan balik dapat bersifat verbal dan nonverbal.
 - f. Industri komunikasi audio-visual didukung oleh iklan, iuran, dan subsidi pemerintah.
 - g. Bersifat publik dan tunduk pada pengaturan yang ketat (*regulated media*).
 - h. Berisi berbagai bentuk informasi dan pesan, termasuk berita, hiburan, pendidikan, dan lain-lain.

Pertumbuhan Media Massa

Dalam teori komunikasi, tahapan pertumbuhan media massa biasanya dibagi menjadi beberapa tahapan atau model sebagai berikut.

1. Tahap elite

Pada tahap elite media dikonsumsi oleh sebagian kecil anggota masyarakat terutama terbatas pada kelompok elite. Media massa menjadi kenikmatan bagi kalangan atas yang memiliki kemampuan finansial untuk membeli dan memiliki kebutuhan akan informasi. Sebaliknya, kalangan bawah tidak memiliki kesempatan untuk mengonsumsi

media karena tingkat kemakmuran yang rendah, ditandai oleh daya beli yang terbatas. Orang-orang dalam kelompok ini lebih fokus pada pemenuhan kebutuhan dasar, sedangkan konsumsi media dianggap sebagai kebutuhan yang lebih sekunder.

Kelompok elit ini juga terdiri dari individu dengan tingkat pendidikan tinggi yang membutuhkan informasi untuk meningkatkan status sosial, memperluas interaksi, dan menciptakan gaya hidup tertentu. Pendidikan yang tinggi juga membedakan dari kelompok dengan tingkat pendidikan rendah yang mungkin tidak memiliki kemampuan membaca, terutama untuk media cetak. Selain itu, elitisme juga muncul karena pembangunan infrastruktur yang terbatas, membuat sulit bagi media untuk masuk ke wilayah pedesaan yang sebagian besar dihuni oleh masyarakat dengan tingkat pendapatan yang rendah.

2. Tahap populer

Pada tahap populer mayoritas anggota masyarakat sudah mengonsumsi media. Keadaan ini terjadi terutama di negara-negara maju, seperti Jepang, Amerika Serikat, Australia, dan sebagainya. Tingkat konsumsi media oleh masyarakat dapat diatributkan pada tingkat kemakmuran yang tinggi seiring dengan peningkatan pendidikan rata-rata penduduk. Pada tahap populer munculnya populer press menjadi ciri khas yang didukung oleh pembangunan infrastruktur teknis, seperti jaringan transportasi, jaringan kereta api, serta tingkat pendidikan yang tinggi di kalangan masyarakat. Tingginya tingkat pendidikan memberikan kesempatan pendidikan secara massal yang diakomodasi oleh perlindungan dari negara.

3. Tahap terspealisasi

Pada tahap terspealisasi media dikonsumsi oleh segmen penduduk yang mengalami fragmentasi dan spesialisasi, berbeda dengan konsumsi media oleh keseluruhan penduduk. Faktor-faktor yang memengaruhi inklusi dalam segmen ini termasuk tingkat pendidikan, di mana

semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka akan semakin spesialis bidang yang dipelajarinya.

Selain itu, tahap terspealisasi biasanya terjadi di masyarakat yang makmur disebut sebagai *affluence society*. Tingkat kemakmuran yang tinggi mengakibatkan meningkatnya konsumsi kebutuhan tersier. Konsumsi ini terkait erat dengan waktu luang (*leisure time*) yang semakin meningkat seiring dengan kemakmuran masyarakat. Masyarakat yang makmur cenderung memiliki lebih banyak waktu luang.

Ukuran populasi juga menjadi faktor penting dalam eksistensi media pada tahap terspealisasi ini. Adanya sejumlah besar audiens yang secara substansial mampu mendukung suatu media menjadi kunci keberlanjutan media pada tahap ini.

Secara umum, perkembangan media massa memerlukan kondisi yang mendukung di berbagai aspek masyarakat, termasuk dalam konteks politik, ekonomi, sosial, budaya, dan persyaratan teknologi. Dalam aspek politik, media dapat berkembang dan berperan secara efektif jika ada dukungan dari infrastruktur politik seperti undang-undang dan regulasi yang diterapkan oleh negara.

Dari segi ekonomi, keberadaan suatu media sangat dipengaruhi oleh daya beli masyarakat karena operasional media memerlukan pembiayaan. Dalam konteks budaya, tingkat pendidikan, khususnya jumlah penduduk yang memiliki literasi akan menjadi faktor penentu.

Infrastruktur teknologi menjadi elemen yang sangat krusial karena media massa dapat berfungsi secara efektif melalui dukungan teknologi. Teknologi berperan sebagai alat untuk mempermudah penyampaian pesan, memfasilitasi penggalan informasi, dan menyampaikannya secara efisien. Lebih jauh, perkembangan teknologi memiliki dampak ekonomis yang signifikan pada eksistensi media massa. Teknologi dapat dianggap sebagai kekuatan produksi yang terus berkembang dan dalam beberapa kasus mengakibatkan teknologi lama menjadi usang dan akhirnya ditinggalkan.

Suatu contoh yang memperlihatkan bagaimana industri media massa bisa mengalami kebangkrutan karena ketidakmampuannya untuk beradaptasi dengan teknologi baru. Dikabarkan bahwa media cetak dapat kalah bersaing dengan kemunculan media internet yang diprediksi akan menjadi populer sebagai bentuk media massa di masa depan. Perkembangan internet sebagai platform informasi dan komunikasi ternyata telah memberikan indikasi terjadinya krisis bagi industri media cetak.

Kebangkrutan beberapa media cetak dapat dianggap sebagai dampak dari perkembangan teknologi internet. Berita tentang kegagalan sejumlah media cetak di Amerika Serikat semakin menyoroti ancaman terhadap industri media oleh perkembangan teknologi internet yang memungkinkan masyarakat untuk tidak lagi mengandalkan media cetak. Bahkan, berita terkini mencatat bahwa pada tanggal 24 Februari 2009 Hearst Co., pemilik San Francisco Chronicle sebuah koran utama di San Francisco menyatakan niat untuk menjualnya. Sebelumnya, pada Desember 2008 Tribune Co., salah satu grup media terbesar di Amerika Serikat yang memiliki Los Angeles Times dan Chicago Tribune telah mengajukan perlindungan bangkrut ke pengadilan karena terus mengalami kerugian akibat penurunan penjualan.

Perkembangan internet telah menjadi pemicu utama penurunan popularitas media cetak di banyak negara meskipun dampaknya di Indonesia belum terlalu signifikan. Proyeksi Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia memperkirakan bahwa jumlah pengguna internet akan mencapai 30 juta orang pada akhir 2009 melebihi pangsa pasar media cetak. Hal ini mendorong pertumbuhan jurnalisme digital sementara media cetak menjadi semakin kurang diminati karena biayanya yang tinggi. Iklan media cetak juga menurun karena meningkatnya popularitas iklan di internet. Di Amerika belanja iklan online meningkat pesat mencapai 2,37 miliar dolar AS, pada kuartal kedua 2004 naik 42,7% dari tahun sebelumnya. Meskipun hanya 3%

dari total belanja iklan di semua media, belanja iklan online jauh melebihi pertumbuhan belanja iklan secara keseluruhan.

Pertumbuhan media massa di Indonesia tidak sebaik di negara-negara maju terutama sejak reformasi 1998 meskipun ada kebebasan bagi perkembangan media. Industri pers di Indonesia mengalami stagnasi dalam pertumbuhan sirkulasi sejak tahun 1998 walaupun ada kebebasan media. Terdapat kecenderungan yang menonjol di mana pertumbuhan media lebih condong ke arah spesialisasi untuk menjangkau pasar kelas atas. Salah satu contohnya adalah pertumbuhan yang cepat dalam media yang menargetkan segmen pasar yang lebih eksklusif. Selain itu, budaya membaca terutama dalam konteks media cetak masih rendah, sementara budaya menonton sangat tinggi. Peningkatan signifikan juga terjadi dalam perkembangan media elektronik setelah periode reformasi.

Oleh karena itu, media cetak di Indonesia mengalami nasib yang lebih buruk menjadikan tingkat sirkulasi surat kabar di negara ini lebih rendah dibandingkan dengan beberapa negara di Asia. Sejak awal, perusahaan-perusahaan pers di Indonesia mengalami banyak kesulitan dan fluktuasi dengan umumnya memiliki umur yang pendek.

Pers Indonesia dan Politik Pers

Pers berasal dari bahasa Belanda *pers*, Bahasa Inggris *press*, dan Bahasa Prancis *presse* yang memiliki arti tekan atau cetak. Secara terminologi, pers mengacu pada media massa cetak atau disingkat sebagai media cetak. Pers merupakan sebuah institusi sosial atau kemasyarakatan yang merupakan bagian dari sistem pemerintahan di negara tempatnya beroperasi, berada dalam satu kesatuan dengan subsistem lainnya. Pers merupakan sistem yang terbuka dan probabilistik yang mengindikasikan bahwa pers tidak beroperasi secara terpisah dari pengaruh lingkungannya. Di sisi lain, pers juga memiliki kemampuan untuk memberikan pengaruh yang tidak terduga terhadap lingkungannya.

Pers diharapkan memiliki fungsi-fungsi. *Pertama*, menyebarkan informasi yang meliputi gagasan tentang aktivitas dan pernyataan dari individu lain serta hal-hal lain yang relevan. *Kedua*, fungsi pendidikan yang bisa tersirat dalam berita atau eksplisit dalam bentuk artikel atau editorial. *Ketiga*, memengaruhi masyarakat di mana surat kabar dapat memiliki peran penting dalam kehidupan sosial terutama jika media tersebut independen, bebas untuk menyatakan pendapat, melakukan kontrol sosial, dan bukan merupakan surat kabar yang mengikuti pandangan pemerintah secara eksklusif.

Sebagai bentuk komunikasi massa, pers tidak dapat menghindari interaksi kompleks dalam relasinya dengan politik yang sering kali melibatkan intervensi dari kekuatan politik. Pers ini juga terkadang terpaksa mengakomodasi pesan-pesan politik. Selain itu, pers harus menghadapi peraturan negara yang merupakan hasil dari proses politik yang sedang berlangsung.

Sejak era reformasi, kebebasan pers di Indonesia telah berkembang. Hal ini mengakibatkan penurunan campur tangan negara terhadap pers, terutama jika dibandingkan dengan masa Orde Baru di mana intervensi lebih kuat. Menurut survei dari Freedom House, Indonesia ditempatkan dalam kategori negara yang memiliki lingkungan kebebasan pers yang cukup kondusif (wilayah bebas berwarna hijau). Survei ini yang dilakukan oleh organisasi nirlaba yang berbasis di Washington, D. C. dan memiliki cabang di berbagai negara menitikberatkan pada perlindungan hak asasi manusia, terutama dalam konteks kebebasan berekspresi. Menurut tabel Freedom House tahun 2009, Indonesia menduduki peringkat ke-113 secara global dan ke-23 di kawasan Asia Pasifik dalam hal kebebasan pers. Kebebasan pers Indonesia berada di peringkat ke-105 dari 170 negara yang diamati. Di antara negara-negara di Asia Tenggara, peringkat 1–10 untuk kebebasan pers adalah Timor Timur, Thailand, Kamboja, Filipina, Indonesia, Malaysia, Singapura, Laos, Vietnam, dan Myanmar (Brunei Darussalam tidak disertakan dalam penelitian ini).

Artinya, Indonesia masih memiliki tingkat kebebasan pers yang tergolong rendah. Upaya dari pihak media dan pemerintah telah dilakukan untuk melindungi kebebasan pers. Sebagai contoh, Dewan Pers⁹⁷ didirikan dengan mengacu pada Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers. Tujuan pendirian Dewan Pers ini adalah untuk meningkatkan kehidupan pers di tingkat nasional dengan mematuhi kode etik pers serta menerapkan standar profesionalisme jurnalistik.

Dalam pertemuan dengan Dewan Pers di Jakarta pada tanggal 25 Januari 2005, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menyatakan bahwa penyelesaian masalah yang berkaitan dengan berita pers dapat dilakukan dengan langkah-langkah. *Pertama*, memberikan hak untuk memberikan jawaban atau klarifikasi. *Kedua*, jika masih terjadi perselisihan dapat diselesaikan melalui Dewan Pers. *Ketiga*, penyelesaian melalui jalur hukum juga merupakan opsi, selama prosesnya dilakukan secara adil, transparan, dan akuntabel (Batubara, 2009).

Dalam menghadapi meningkatnya perkara yang terkait dengan pelanggaran pers yang dibawa ke pengadilan, hakim dapat meminta bantuan dari seorang ahli di bidang pers untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai ketentuan-ketentuan dalam Undang-Undang Pers. Ahli tersebut memiliki pengetahuan yang lebih mendalam mengenai aspek teoritis dan praktis dalam dunia pers. Dewan Pers menegaskan beberapa hal: *pertama*, media yang profesional dapat membantu dalam melakukan kontrol sosial untuk mencegah tindakan korupsi dari pihak-pihak yang berwenang; *kedua*, adanya kewajiban bagi media untuk memberikan hak jawab kepada pihak yang dirugikan oleh berita yang dipublikasikan; *ketiga*, bahwa Undang-Undang Pers tidak memosisikan pers sebagai subjek kriminal, kecuali jika media dengan sengaja menyiarkan berita yang bermaksud untuk memeras atau menimbulkan kebencian yang kemudian dapat diproses sesuai dengan hukum pidana atau perdata; dan *keempat*, bahwa Dewan Pers memiliki kewenangan untuk memberikan pertimbangan serta berupaya menyelesaikan keluhan masyarakat terkait pemberitaan media.

Ketentuan dalam Undang-Undang Pers seharusnya menjadi panduan yang mengikat bagi penegak hukum dalam pelaksanaannya. Namun, terdapat penyelenggara negara yang memilih untuk mengacu pada hukum kolonial Belanda yang cenderung mengkriminalisasi pers. Ironisnya, sebagian besar masih mempergunakan landasan hukum politik kolonial tersebut daripada mengikuti semangat Undang-Undang Pers yang dirancang untuk mengawasi pemerintahan demi tata kelola yang baik dan transparan. Sementara Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) meneruskan tradisi hukum kolonial Belanda yang cenderung melindungi penjajah dari kritik dan keluhan rakyat terjajah. KUHP dianggap melihat keluhan dan kritik terhadap penguasa sebagai penghinaan yang dapat merusak nama baik, berujung pada hukuman penjara. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika banyak pejabat yang memilih menggunakan KUHP sebagai alat untuk melindungi diri dari kritik yang dilayangkan oleh pers.

Sejak awal berdirinya pers di Indonesia selalu terpengaruh oleh campur tangan kekuasaan, terutama pada masa sistem politik kolonial Belanda yang menjajah Indonesia. Praktik pembatasan terhadap kegiatan jurnalistik surat kabar seperti *Javasche Courant* (JC) yang sebelumnya dikenal sebagai *Bataviasche Coloniale Courant* merupakan contoh awal dari intervensi tersebut pada awal abad ke-19 (Surjomihardjo, 1980: 22).

Pada awal abad ke-20, bersamaan dengan munculnya berbagai lembaga pers juga muncul sejumlah produk hukum yang bertujuan untuk menyensor pers secara represif. Produk hukum tersebut termasuk adalah sebagai berikut.

1. Regeringsreglement 1854 yang memberi wewenang kepada pemerintah Hindia Belanda untuk mengawasi pers.
2. Drukpersreglement 1856 yang mewajibkan pencetak dan penerbit untuk menyerahkan naskah sebelum diterbitkan kepada pejabat hukum.
3. Reglement op de Drukwerken in Nederlandsindie 1858 yang mengatur pengawasan preventif.
4. *Persbredeil Ordonantie* 1931 yang memberikan Gubernur Jenderal kekuasaan untuk melarang penerbitan yang dianggap mengganggu ketertiban umum.

5. Ordonansi Pengawasan Pers 1937 yang memberikan kekuasaan kepada pemerintah Hindia Belanda untuk menutup sementara penerbitan pers tanpa proses hukum.
6. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana sejak 1918 dengan Pasal 154 dan Pasal 156a yang berkaitan dengan delik pers serta Pasal 155 dan 157 yang terkait dengan delik penyiaran (Wikrama, 2005: 4—5).

Akibat sensor represif beberapa pemilik media menjadi korban, misalnya H. J. Lion dan W. Bruining penerbit *Bataviasche Handelsblad* dipenjara satu tahun, pemimpin redaksi *Soerabajasch Handelsblad* tahun 1872 dijatuhi hukuman satu tahun penjara, dan Suwardi Soerjaningrat/Ki Hajar Dewantara dihukum dibuang ke Belanda karena menulis artikel *Als ik, een Nederlander was* tanggal 13 Juli 1913 (Mahfud, 1999: 370).

Awal kemerdekaan Indonesia hingga tahun 1959, sebelum memasuki Demokrasi Terpimpin pers mengalami masa kebebasan. Demokrasi Terpimpin menjadi sistem politik yang anti-kebebasan pers. Menurut Edward C. Smith (1983) terhitung sejak 1957 ada 244 tindakan antipers (penahanan, pemenjaraan, dan pemberedelan) serta 236 tindakan, seperti sanksi ekonomi, sanksi perizinan, nasionalisasi pers asing, sanksi kertas, pengusiran, interogasi, penyitaan percetakan, pembatasan perjalanan, gugatan, pengawasan penguasa, dan sebagainya. Pers yang terkena tindakan pada umumnya adalah pers yang independen dan tidak menyatakan diri sebagai aliran atau pembawa politik yang diperkenankan oleh pemerintah.

Berakhirnya Orde Lama dengan tindakannya yang memasung kebebasan pers menghadirkan Orde Baru yang seakan-akan di awal pemerintahannya sangat berpihak pada kebebasan pers. Setidaknya, pada era 1966—1971 kebebasan pers relatif terjadi. Pengekangan terhadap kebebasan pers kembali terjadi setelah terbentuk format baru politik pada 1969—1971. Kemudian, disusul dengan peristiwa Malari (5 Januari 1974) yang ditandai dengan diberedelnya beberapa penerbitan pers umum (Abadi, Pedoman, Indonesia Raya, dan harian Kami) (Amir, 1983: 53). Setelah Pemilu 1977 tepatnya menjelang Sidang Umum MPR 1978 beberapa surat kabar umum, seperti Kompas, Sinar Harapan, Merdeka, Indonesia Times,

Sinar Pagi, Pelita, dan Masa Kini diberedel meskipun kemudian boleh terbit lagi setelah para pimpinannya membuat pernyataan tertentu. Pada 1982, Tempo diberedel sementara karena reportase mengenai peristiwa Lapangan Banteng. Kemudian, menyusul harian Prioritas dan Harian Sinar Harapan (1986) serta mingguan Tabloid Monitor (1990). Akhirnya, pada 1994 tiga penerbitan yang berpengaruh diberedel, yaitu Tempo, Editor, dan Detik.

Produk politik Orde Baru untuk membatasi kebebasan pers sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers.
2. Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1967 tentang Penambahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers.
3. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1982 tentang Perubahan tentang Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers,
4. Peraturan Menteri Penerangan Nomor 1 Tahun 1984 tentang Surat Izin Usaha Penerbitan Pers.

Di era reformasi, setelah Peraturan Menteri Penerangan Nomor 1 Tahun 1984 dan dengan hadirnya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999, pers kembali mempunyai posisi tawar terhadap negara di tengah-tengah terjadinya keresahan sosial masyarakat yang seolah-olah “emoh negara” dan secara substantif memengaruhi makna kebebasan pers. Amandemen UUD 1945 secara tidak langsung memberikan tiket bagi semakin pentingnya kebebasan pers atau sistem pers libertarian.

Namun, tampaknya masih ada masalah pada hukum pers nasional, khususnya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 menyisakan banyak persoalan. Masalah-masalah yang ada antara lain berupa pertanyaan sebagai berikut.

1. Bagaimana delik pencemaran nama baik ketika harus dipertandingkan dengan fungsi pers sebagai sarana kontrol sosial?.

Pasal 6 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 mengatur peran pers sebagai sarana kontrol, namun menghadapi pertanyaan seputar pencemaran nama baik dan fungsi kontrol sosial. Pertanyaan mendasarnya adalah apakah kontrol sosial dapat dilakukan tanpa menyebabkan penghinaan pada pihak tertentu.

Hal ini terkait dengan aspek hukum yang kompleks seperti adanya keberatan perdata terhadap penghinaan yang dapat digugurkan oleh alasan kepentingan umum (Pasal 1376 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata) serta dasar hukum untuk menghindari penuntutan dalam kasus pencemaran nama baik dengan alasan “kepentingan umum” (Pasal 310 ayat 1 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana).

Meskipun UUD 1945 memberikan arahan terkait penghormatan hak asasi manusia dan pembatasan hak dan kebebasan individu untuk mempertimbangkan kepentingan moral, agama, keamanan, dan ketertiban umum dalam masyarakat yang demokratis, pertanyaan tentang apakah kontrol sosial dapat dilakukan tanpa mencemarkan nama baik seseorang tetap terbuka. Dalam kasus *Texmaco versus Tempo*, pengadilan menolak argumen perlindungan hukum atas dasar kepentingan umum untuk menghindari gugatan pencemaran nama baik. Namun, dalam kasus *Soeharto versus Time* pengadilan mendukung pers dengan menilai bahwa tulisan *Time* tidak bersifat menghina dan justru bermanfaat untuk kepentingan umum serta sesuai dengan tuntutan zaman.

Perbedaan pandangan pengadilan juga terjadi di Amerika Serikat, ketika *statement of public concern* (tuisan atau berita yang terkait dengan kepentingan umum) dalam sejumlah perkara memang tidak bisa dijadikan senjata ampuh bagi pers untuk melindungi dirinya dari gugatan perdata pihak ketiga.

2. Apakah wartawan bisa dipersalahkan jika ia memublikasikan isi pernyataan satu sumber?.
Pertanyaan ini berkaitan dengan tanggung jawab wartawan terhadap kebenaran dalam menyampaikan pernyataan. Mengakui bahwa

mendefinisikan kebenaran sulit karena bersifat relatif, tergantung pada pandangan individu. Konsep kebenaran dalam jurnalistik sulit dijabarkan secara konkret. Dalam persidangan, hakim memiliki kemampuan untuk menilai bukti-bukti yang mendukung kebenaran atau kebohongan dalam suatu tulisan.

Wartawan harus berhati-hati ketika menyampaikan informasi yang sensitif, terutama yang berkaitan dengan tokoh terkenal atau isu yang sensitif. Kode Etik Jurnalistik PWI Pasal 5 menegaskan pentingnya memisahkan opini dari fakta dalam pemberitaan. Selain itu, mengutip seseorang dengan hati-hati bukanlah jaminan bahwa penerbitan kutipan tersebut tidak dapat dijadikan dasar untuk gugatan hukum. Meskipun seseorang dikutip dengan akurat, pihak yang mempublikasikan kutipan tersebut masih bisa terkena potensi tuntutan hukum.

3. Dapatkah Undang-Undang Pers menjadi *lex specialist* sebagai tandingan untuk KUHP?”

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 dianggap sebagai *lex specialist*. Seperti diketahui, undang-undang tersebut mengatur tentang pers. Namun, dalam praktiknya kebanyakan perkara pers yang berujung di pengadilan tidak menggunakan pasal-pasal dalam undang-undang itu, tetapi menggunakan pasal-pasal dalam KUHP dan KUH Perdata.

Pandangan mengenai *lex specialist* ini terbelah ke dalam dua ujung spektrum yang bertolak belakang. Pendapat pertama menolak jika Undang-Undang Pers dikategorikan sebagai *lex specialist* karena sebagai berikut.

- a. Masalah yang dikualifikasi sebagai berita bohong, penistaan, atau pencemaran nama baik dan sebagainya yang kerap dituduhkan kepada pers karena tidak diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 dapat diberlakukan KUHP dan KUH Perdata.
- b. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tidak memenuhi syarat formal dan materiil tentang doktrin hukum khusus sebagai pengecualian atas hukum umum.
- c. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tidak memenuhi syarat

sebagai *self-contained regime*, yaitu suatu kumpulan ketentuan primer tentang sesuatu hal yang dikaitkan dengan ketentuan sekunder yang ditetapkan oleh hukum yang berlaku umum. Dalam regime semacam itu, terdapat ketentuan khusus tentang hak, kewajiban, dan kewenangan serta aturan yang bersangkutan dengan administrasi aturan tersebut, termasuk aturan khusus mengenai pelanggaran.

Dalam Undang-Undang Pers memang terdapat hak, kewajiban, kewenangan, dan aturan khusus tentang bagaimana pelanggaran. Namun, yang diatur dalam Undang-Undang Pers adalah masalah hak jawab, suatu hak khusus yang tidak diatur dalam aturan umum mana pun. Jika hak jawab mau disebut *lex specialist*, dalam hal ini Undang-Undang Pers tidak berhadapan dengan suatu *lex generalist* yang mengatur hal yang sama secara umum.

- d. Undang-Undang Pers tidak memenuhi persyaratan sebagai *lex specialist* karena tidak menampung sanksi-sanksi yang jelas dari kemungkinan pelanggaran yang timbul.

Pandangan yang kedua menganggap Undang-Undang Pers adalah *lex specialist* karena: (a) merupakan derivatif Pasal 28 UUD 1945 tentang mengeluarkan pikiran secara lisan dan tulisan; (b) undang-undang hanya mengkhususkan pada pelaksanaan kegiatan jurnalistik; (c) undang-undang mengatur tegas mengenai hak, kewajiban, fungsi, dan peran pers ; dan (d) sengketa pers berujung kepada pemenuhan hak jawab dan atau hak koreksi. Jika permasalahan mengenai debat *lex specialist* itu tidak segera dituntaskan, berpotensi menyayat-nyayat kontur hukum nasional karena akan menimbulkan konflik hukum tidak berkesudahan. Barangkali, layak dipertimbangkan bahwa Mahkamah Agung perlu membuat Peraturan MA untuk menetapkan pedoman bagi pengadilan untuk menyelesaikan sengketa pers.

Namun, perkembangan sistem legislasi sepanjang 2008 ini berpotensi juga menimbulkan konflik hukum, tetapi pada posisi yang berkebalikan, yaitu hukum nasional menyayat-nyayat hukum pers.

Hal ini dapat dilihat dalam sejumlah fenomena. *Pertama*, Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Pasal 5 ayat 1 menyebutkan Pengguna informasi publik wajib menggunakan informasi publik sesuai di negara ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Bagi yang menyalahgunakan informasi publik, diancam penjara 1 tahun dan/atau denda Rp10 juta (Pasal 52).

Persoalannya, informasi publik justru diperlukan untuk memenuhi akurasi liputan jurnalistik. Jika kegiatan itu dinilai melanggar Pasal 5 ayat 1 di atas, akan berpotensi melumpuhkan kebebasan pers.

Kedua, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Isi siaran televisi, termasuk karya jurnalistik yang bermuatan fitnah, hasutan, menyesatkan, dan bohong, diancam dengan 5 tahun dan denda sampai Rp10 miliar. *Ketiga*, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Demi pertahanan bisnis dan kemajuan industri, surat kabar harus mengikuti konvergensi media. Selain dicetak, produk pers dapat juga online dan mengembangkan industri dengan memiliki stasiun radio, televisi, dan media internet. Di dalam Pasal 27 ayat 3 dan Pasal 45 ayat 1 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, diatur bahwa mendistribusikan karya jurnalistik yang memuat penghinaan dan pencemaran nama baik dalam wujud informasi elektronik dan dokumen elektronik diancam 6 tahun penjara serta denda sampai Rp1 miliar. Persoalannya, Undang-Undang Pers dan KUHP mendefinisikan pencemaran nama baik dengan berbeda.

4. Apakah hak jawab menghapuskan upaya hukum terhadap pers?. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilu Legislatif. Pada Pasal 97 diatur bahwa media massa cetak menyediakan halaman dan waktu yang adil dan seimbang untuk pemuatan berita dan wawancara serta untuk pemasangan iklan kampanye bagi peserta pemilu.

Lalu, di dalam pasal 99 ayat 1 diatur bahwa pelanggaran pasal 97 diancam dengan pemberedelan. Ketentuan ini jelas bertentangan dengan Undang-Undang Pers. Pasal 4 ayat 1 Undang-Undang Pers mengatur bahwa terhadap pers nasional tidak dikenakan penyensoran,

pemberedelan, atau pelarangan penyiaran. Kemudian, pasal 18 ayat 1 mengatur bahwa setiap orang yang secara melawan hukum dengan sengaja melakukan tindakan penyensoran, pemberedelan, atau pelarangan penyiaran dapat dipenjara maksimal 2 tahun dan atau denda maksimal Rp500 juta.

Akhirnya, ketika harus membaca posisi hukum pers dalam struktur hukum nasional jawabannya adalah keduanya saling menyayat dalam posisi yang bergantian. Untuk pembangunan sistem hukum yang anggun, pelebagaan hukum seperti itu tidak elok dan tidak sehat.

Pertanyaan-pertanyaan yang belum terjawab itu membutuhkan jawaban dalam bidang pembuatan perundang-undangan dan konsistensi pelaksana hukum dalam rangka menggunakannya untuk menjamin terciptanya iklim pers yang bebas dan bertanggung jawab.



Daftar Pustaka

- Abidin, Wikrama Iryans. 2005. *Politik Hukum Pers Indonesia*. Jakarta: PT Grasindo.
- Arliss, Laurie P. dan Deborah Borisoff. 2001. *Women and Men. Communicating: Challenges and Changes 2nd Edition*. Prospect Heights, IL: Waveland Press.
- Bate, Barbara dan Judy Bowker. 2000. *Communication and the Sexes*. Portland: Waveland Pr. Inc.
- Batubara, Leo. 2009. Edaran MA, Sinar Terang bagi Pers, dalam Kompas.
- Chafee, Steven A. 1975. *Political Communication: Issues and Strategies for Research*. Beverly Hills: Sage Publication.
- Collins, P. Hill. 2000. *Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness, and the Politics of Empowerment*. New York: Routledge.
- Devito, Joseph A. 1989. *The Interpersonal Communication Book*. New York: Harper & Row Publisher.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Ellsworth, Brian. 2002. *Media take sides in Venezuela Crisis, Houston Chronicle*.

- Entman, R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4): 51—58. 1993.
- Eriyanto. 2000. *Kekuasaan Otoriter dari Gerakan Penindasan Menuju Politik Hegemoni: Studi atas Pidato-Pidato Politik Soeharto*. Yogyakarta: INSIST dan Pustaka Pelajar.
- _____. 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Fakih, Mansour. 1996. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hardt, Hanno. 2005. *Critical Communication Studies: Sebuah Pengantar Komprehensif Sejarah Perjumpaan Tradisi Kritis Eropa dan Tradisi Pragmatis Amerika*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Harre, R. 1995. *The Philosophies of Science, an Introductory Survey*. London: The Oxford University Press.
- Hovland, Carl I., dkk. 1953. *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. New Haven: Yale University Press.
- Kottak, Conrad P. “Television’s impact on values and local life in Brazil”. *Journal of Communication*, 41(1): 70—87. Maret 1991.
- Laswell, Harold D. 1980. *Propaganda and Communication in World History*. Hawaii: University of Hawaii Press.
- Leather, Dale G. 1976. *Nonverbal Communication System*. Sydney: Allyn and Bacon, Inc.
- Littlejohn, Stephen W. 1995. *Theories of Human Communication*. Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Mahfud, Moh. 1999. *Hukum dan Pilar-Pilar Demokrasi*. Yogyakarta: Gama Media.
- McQuail, Dennis. 1987. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.

- Muhammad, Jamila K. A. 2008. *Special Education for Special Children: Panduan Pendidikan Khusus Anak-anak dengan Ketunaan dan Learning Disabilities*. Jakarta: Hikmah.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Rosdakarya.
- Myrdal, Gunnar. 1981. *Objektivitas Penelitian Sosial*. Jakarta: LP3ES.
- Narayan, Uma. 1997. *Dislocating Cultures: Identities, Traditions, and Third-World Feminism*. New York: Routledge.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rowe, Alan J. 2005. *Creative Intelligence: Membangkitkan Potensi Inovasi dalam Diri dan Organisasi Anda*. Bandung: Kaifa PT Mizan Pustaka.
- Rueda, Marisa, dkk. 2007. *Feminisme untuk Pemula*. Yogyakarta: Resist Book.
- Ruggiero, Vincent Ryan. 2003. *Beyond Feelings: A Guide to Critical Thinking*. New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Siahaan, M. Hotman, dkk. 2001. *Pers yang Gamang: Studi Pemberitaan Jajak Pendapat Timor-Timur*. Jakarta: Institut Studi Arus Informasi.
- Siregar, Amir Effendi. 1983. *Pers Mahasiswa Patah Tumbuh Hilang Berganti*. Jakarta: PT Karya Unipress.
- Smith, Edward C. 1983. *Sejarah Pembreidelan Pers di Indonesia*. Jakarta: PT Grafiti Press.
- Sobur, Alex. 2005. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soekanto, Soerjono. 1985. *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: CV Rajawali.
- Soeprapto, Ryadi. 2000. *Interaksionisme Simbolis: Perspektif Sosiologi Modern*. Malang: Averroes Press dan Pustaka Pelajar.

- Surjomihardjo, Abdurrachman dan Leo S. 1980. *Beberapa Segi Perkembangan Sejarah Pers Indonesia*. Jakarta: Deppen-Leknas.
- Susilastuti, Dewi H. 1993. *Gender Ditinjau dari Perspektif Sosiologi, Dinamika Gerakan Perempuan di Indonesia*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Veeger, K. J. 1985. *Realitas Sosial: Refleksi Filsafat Sosial atas Hubungan Individu Masyarakat dalam Cakrawala Sejarah Sosiologi*. Jakarta: Gramedia.



EXPRESS DEALS

Paket Penerbitan Buku

1-2 MINGGU SELESAI



literasi nusantara
Anggota IKAPI
No. 209/JTI/2018

Fasilitas:

- Design Cover Eye Catching
- Sertifikat Penulis
- Layout Berstandar Tinggi
- ISBN
- Buku Cetak
- Link E Book



Spesifikasi:

- Ukuran UNESCO/A5 • Cover Art Paper/Ivory 230 Gr • Standar 150 Halaman
- Warna Cover Full Colour 1 Sisi • Kertas Isi Bookpaper/HVS
- Warna Isi Black & White • Laminasi Doff/Glossy • Jilid Perfect Binding

Harga Paket Cetak Terbatas

| | | |
|--|--|---|
| Paket 3 Buku 800.000 | Paket 5 Buku 900.000 | Paket 10 Buku 1.250.000 |
| Paket 25 Buku 1.950.000 | Paket 50 Buku 2.850.000 | Paket 100 Buku 4.750.000 |

*Harga spesial untuk cetak buku di atas 250 eksemplar

Narahubung

- +6282347110445 (Tomy Permana)
- +6285755971589 (Febi Akbar Rizki)
- +6289605725749 (Gusti Harizal)
- +6285887254603 (Faizal Arffin)

Kantor Pusat

Perumahan Puncak Jayo Agung
Residence Kav. B11, Merjosari, Kec. Lowokwaru,
Kota Malang, Jawa Timur 65144.

Kantor Cabang Lampung

Jl. Utama 1 No. 29 RT 024/RW 011.
Kelurahan Iringmulyo, Kec. Metro Timur,
Kota Metro. Lampung 34112.

@penerbit_litnus Penerbit Litnus @literasinusantara_ www.penerbitlitnus.co.id

JASA KONVERSI

SKRIPSI, TESIS, DISERTASI DAN BAHAN PENELITIAN

MENJADI BUKU BER-ISBN

Penulis cukup mengirim filenya saja, selebihnya kami yang akan memproses editing dan penerbitannya dengan fasilitas:

Layanan Editing:

- ✓ Restruktur Kerangka Naskah
- ✓ Editing Naskah
- ✓ Proofreading
- ✓ Komunikasi Intensif
- ✓ Penerbitan Buku + Bisa mengurus HKI

Layanan Penerbitan:

- ✓ ISBN
- ✓ Desain Cover
- ✓ Layout standar tinggi
- ✓ Buku Cetak & Sertifikat Penulis
- ✓ Link URL e-book

PAKET BRONZE

Rp2.300.000

Fasilitas:

- Konversi Artikel Ilmiah
- Editing Ringan
- ISBN
- Desain Cover
- Layout Berstandar Tinggi
- Sertifikat Penulis
- Buku Cetak 10 eksemplar
- Gratis Link E-book

PAKET GOLD

Rp3.800.000

Fasilitas:

- Konversi Artikel Ilmiah
- Editing Sedang
- ISBN
- Desain Cover
- Layout Berstandar Tinggi
- Sertifikat Penulis
- Buku Cetak 25 eksemplar
- Gratis Link E-book

PAKET DIAMOND

Rp5.000.000

Fasilitas:

- Konversi Artikel Ilmiah
- Editing Berat
- ISBN
- Desain Cover
- Layout Berstandar Tinggi
- Sertifikat Penulis
- Buku Cetak 50 eksemplar
- Gratis Link E-book

Cetak 1000 eksemplar:

Free Layanan Launching buku, tim Litnus akan menjadi fasilitator, admin, dan host dalam virtual launching buku penulis.

PENDAFTARAN HKI

Express 1—2 Jam Selesai

Rp700.000

Hindari klaim orang lain atas karya Anda. Amankan setiap karya dengan mengurus Hak atas Kekayaan Intelektual (HKI) bersama Literasi Nusantara. Dosen yang memiliki legalitas sertifikat HKI dapat mengajukan tambahan angka kredit poin KUM hingga 40 poin.

PENGADAAN BUKU FISIK MAUPUN E-BOOK UNTUK PERPUSTAKAAN DAN DIGITAL LIBRARY

- Harga Ekonomis
- Pilihan Buku Melimpah
- Buku-Buku Terbitan Tahun Terbaru
- Bisa dibantu penyusunan list judul sesuai kebutuhan
- Jaminan Garansi

FREE INSTALASI Digital Library
(Kubuku, Gramedia Digital, Aksaramaya, Henbuk, dll)

Layanan Cetak OFFSET

*Harga Ekonomis *Pengerjaan Cepat *Hasil Berkualitas Tinggi

Telah dipercaya para guru, dosen, lembaga,
dan penulis profesional di seluruh Indonesia



PAKET PENERBITAN BUKU + HKI

1-2 MINGGU SELESAI


literasi
nusantara
Anggota IKAPI
No. 209/JTI/2018

Fasilitas:

- Design Cover Eye Catching
- Sertifikat Penulis
- Layout Berstandar Tinggi
- ISBN
- Buku Cetak
- Link E Book
- Royalti
- HKI



Spesifikasi:

- Ukuran UNESCO/A5 • Cover Art Paper/Ivory 230 Gr • Standar 150 Halaman
- Warna Cover Full Colour 1 Sisi • Kertas Isi Bookpaper/HVS
- Warna Isi Black & White • Laminasi Doff/Glossy • Jilid Perfect Binding

Harga Paket Cetak + HKI

| | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|
| Paket 3 Buku 1.400.000 | Paket 5 Buku 1.500.000 | Paket 10 Buku 1.850.000 |
| Paket 25 Buku 2.550.000 | Paket 50 Buku 3.450.000 | Paket 100 Buku 5.350.000 |

*Harga spesial untuk cetak buku di atas 250 eksemplar

Narahubung



0858-8725-4603
0882-0099-32207
0899-3675-845

Alamat Kantor

Perumahan Puncak Joyo Agung Residence
Kav. B11 Merjosari, Kec. Lowokwaru,
Kota Malang, Jawa Timur 65144.



@penerbit_litnus



Penerbit Litnus



@literasinusantara_



www.penerbitlitnus.co.id

Promo Penerbitan **BUKU + HKI**

Rp **1.400.000** Ukuran Unesco/B5
Cetak 3 eks

Rp **1.500.000** Ukuran Unesco/B5
Cetak 5 eks

Rp **1.850.000** Ukuran Unesco/B5
Cetak 10 eks

Rp **2.550.000** Ukuran Unesco/B5
Cetak 25 eks

Rp **3.450.000** Ukuran Unesco/B5
Cetak 50 eks

Rp **5.350.000** Ukuran Unesco/B5
Cetak 100 eks



FASILITAS

- ✓ ISBN
- ✓ Layout Berstandar Tinggi
- ✓ Desain Kover
- ✓ Sertifikat Penulis
- ✓ HKI
- ✓ Link E-Book
- ✓ Buku Cetak

KEUNTUNGAN



CEPAT
Proses Penerbitan
1-2 Minggu



EKONOMIS
Hemat 25%



BERKUALITAS
Hasil berkualitas tinggi
dan berstandar Dikti

Narahubung



0858-8725-4603
0882-0099-32207
0899-3675-845



@penerbit_litnus



Penerbit Litnus



@literasinusantara



www.penerbitlitnus.co.id

Pengantar ilmu komunikasi adalah sebuah buku yang menggambarkan kompleksitas dan keindahan ilmu komunikasi secara komprehensif. Buku ini dimulai dengan memperkenalkan konsep dasar ilmu komunikasi, membahas berbagai elemen penting seperti proses komunikasi, model-model komunikasi, dan peran konteks dalam membentuk makna.

Selain itu, buku ini mengeksplorasi berbagai bentuk komunikasi, mulai dari komunikasi intrapersonal, interpersonal hingga komunikasi massa. Pembaca diajak untuk memahami bagaimana dinamika komunikasi berubah dalam konteks yang berbeda, termasuk dalam era digital dan globalisasi. Buku ini juga membahas isu-isu kontemporer dalam komunikasi, seperti dampak media sosial, etika komunikasi, dan tantangan global yang dihadapi oleh profesi komunikasi.

Dalam buku ini memuat materi-materi sebagai berikut.

- Hakikat ilmu komunikasi
- Definisi dan hakikat komunikasi
- Komunikasi intrapersonal
- Komunikasi interpersonal
- Komunikasi massa



PENGANTAR **ILMU KOMUNIKASI**



literasi nusantara



Anggota IKAPI No. 209/JTI/2018
✉ penerbitlitnus@gmail.com
🌐 www.penerbitlitnus.co.id
📺 @litnuspenerbit
📺 literasinusantara_

☎ 085755971589

Pendidikan

+17

ISBN 978-623-495-698-6



9 786234 956986

Harga P. Jawa

Rp53.000,-