

MODUL II

PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI



Oleh
Dr. Nawiroh Vera, M.Si.
Dr. Umaimah Wahid, M.Si.

Pada modul kedua ini berisi penjelasan tentang sejarah komunikasi manusia dan sejarah perkembangan Ilmu Komunikasi di dunia dan di Indonesia. Pada modul ini juga dijelaskan tipe komunikasi yaitu jenis-jenis komunikasi berdasarkan tingkatannya, konteks komunikasi merupakan bentuk komunikasi, sedangkan model komunikasi adalah gambaran secara spesifik tentang beragam konteks komunikasi yang dibuat oleh para ahli.

MODUL	PERTEMUAN	TOPIK	CAPAIAN PEMBELAJARAN
2	5	Sejarah Perkembangan Ilmu Komunikasi	Setelah mempelajari pokok bahasan ini, diharapkan mahasiswa dapat mengetahui sejarah perkembangan ilmu komunikasi baik di dunia maupun di Indonesia
2	6	Tipe dan Konteks Komunikasi	Mahasiswa diharapkan memahami tipe-tipe komunikasi dan konteks komunikasi.
2	7	Model-model Komunikasi	Mahasiswa mengerti dan memahami model-model komunikasi yang telah dipelajari dan mampu menjelaskan perspektif model komunikasi dan perbedaan-perbedaanya

Sejarah perkembangan Ilmu Komunikasi

A. Sejarah perkembangan Ilmu Komunikasi

Komunikasi adalah bagian yang tidak mungkin terpisahkan dari kehidupan manusia dan semesta. Manusia dan komunikasi adalah dua unsur dalam satu entitas, manusia ada melahirkan komunikasi dan komunikasi hadir dalam interaksi yang dilakukan oleh manusia. Keduanya saling tergantung satu dengan lainnya, dan berkembang dalam proses interaksi yang berlangsung secara berkesinambungan setiap harinya. Manusia tidak mungkin tidak berkomunikasi, karena komunikasi adalah salah satu entitas manusia dalam proses penciptaan dan pemaknaan tindakan sosial. Tidak ada satu alasan pun yang dapat menjelaskan bahwa manusia sebagai makhluk pencipta simbol tidak berkomunikasi, bahkan diam dan sendiri.

Bradac dan Bower (2004 dalam Wahid, 2016) menyatakan dalam Aksioma Komunikasi bahwa *'Human beings cannot not communicate dan Human beings can not communicate'*. Pernyataan pertama menyatakan bahwa manusia tidak mungkin tidak berkomunikasi. Artinya setiap hari manusia selalu berkomunikasi dengan berbagai bentuk. Level, simbol, tipe dan makna yang berbeda. Tidak mungkin manusia tidak melakukan komunikasi disadari atau tidak, komunikasi adalah integral dalam kehidupan manusia itu sendiri. Bahkan diam pun adalah bentuk komunikasi yang dipilih manusia untuk menyarakan sikap, keadaan, pikiran dan lain sebagainya.

Keadaan kontradiksi muncul dari pernyataan lainnya yaitu bahwa *'manusia dapat tidak berkomunikasi'*. Artinya, manusia punya peluang untuk tidak berkomunikasi secara sadar, namun pernyataan ini, sebenarnya mengandung makna komunikasi. Terdapat pesan yang hendak disampaikan oleh komunikator kepada lawan bicara bahwa yang bersangkutan sedang tidak berkomunikasi, namun tindakan tersebut tetap mengandung makna komunikasi. Oleh karenanya, dapat dinyatakan bahwa komunikasi merupakan entitas manusia yang tidak mungkin terpisahkan karena alasan apapun. Namun tentu

saja, manusia dapat mengatur kapan berkomunikasi, dengan siapa, muatannya apa, tujuan apa dan dalam situasi bagaimana.

Sasa Djuarsa Sendjaja dalam Modul Pengantar Ilmu Komunikasi, UT: (1996) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan salah satu fungsi vital dari kehidupan manusia. Melalui komunikasi seseorang menyampaikan sesuatu yang ada dalam benak pikiran dan/atau perasaan kepada orang lain, baik secara langsung ataupun tidak langsung, membuat dirinya tidak terasing atau terisolasi dari lingkungan sekitarnya. Sekaligus dapat mengajarkan atau memberitahukan segala sesuatu yang diketahuinya kepada orang lain, mengetahui dan mempelajari mengenai diri orang lain dan berbagai peristiwa yang terjadi di lingkungannya, baik yang dekat ataupun yang jauh, mengenali dirinya sendiri. Memperoleh hiburan atau menghibur orang lain, mengurangi atau menghilangkan perasaan tegang karena berbagai permasalahan yang dihadapinya, dapat mengisi waktu luang dan menambah pengetahuan dan mengubah sikap serta perilaku kebiasaannya.

Komunikasi yang berlangsung sekaligus memunculkan level komunikasi yang selama ini menjadi acuan dalam proses dan interaksi komunikasi. Setiap level memunculkan dinamika yang berbeda satu dengan lainnya. Sejarah komunikasi mempelajari isu-isu yang berkaitan dengan komunikasi, baik itu antarpribadi, kelompok, organisasi, atau kelembagaan: ini berarti bahwa semua tingkat yang berbeda-beda, sarana dan bentuk komunikasi dipertimbangkan. Pemahaman tentang komunikasi menjadi sangat penting, agar pemaknaan yang melahirkan tindakan dan sejarah komunikasi, mengasumsikan bahwa komunikasi itu apa, bagaimana komunitas historis berkomunikasi dan apa yang mereka gunakan untuk berkomunikasi, terutama adalah hasil dari keadaan budaya tertentu.

(Kulczycki, <https://www.researchgate.net/.../312309357> Com..)

Sejarah manusia membutuhkan komunikasi adalah prasyarat kehidupan manusia. (kelompok ataupun organisasi), dalam ilmu komunikasi disebut sebagai tindakan komunikasi. Tindakan komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, baik secara verbal (dalam bentuk kata-kata baik lisan dan/atau tulisan) ataupun nonverbal (tidak dalam kata-kata, misalnya gestura, sikap, tingkah laku, gambar, dan berbagai

bentuk tanda lainnya yang mengandung arti). Tindakan komunikasi juga dapat dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung, mempunyai maksud ataupun tidak.

Seiring perkembangan manusia dan teknologi komunikasi, komunikasi menjadi lebih mudah, cepat dan dilakukan dalam waktu bersamaan. Teknologi komunikasi memberi ruang yang lebih besar kepada manusia untuk berinteraksi dalam upaya menciptakan budaya baru. Ketergantungan komunikasi manusia terhadap teknologi semakin tinggi dan tidak terbantahkan, terbukti dengan semakin kuatnya teknologi terintegrasi dalam hampir semua sector dalam kehidupan manusia, juga sekaligus ketergantungan tersebut menciptakan pola pikir, perilaku dan dampak sosial budaya serta ekonomi baru bagi manusia. Teknologi mengubah paradigma manusia dalam berkomunikasi.

Komunikasi berkembang terus seiring manusia dan teknologi yang terus tumbuh yang tumbuh, sekaligus melahirkan perubahan-perubahan dalam berbagai bentuk tindakan. Tindakan komunikasi tidak mungkin berhenti sesuai dengan perubahan manusia sebagai sumber komunikasi. Pada dasarnya manusia telah melakukan tindakan komunikasi sejak manusia lahir ke dunia dan berkelanjutan selama proses kehidupannya. Dengan demikian, komunikasi dapat diibaratkan sebagai urat nadi kehidupan manusia.

Perkembangan komunikasi berlangsung dalam tataran praktis sebagai sarana komunikasi manusia dengan diri, sesama manusia lainnya dan lingkungannya. Sekaligus perkembangan komunikasi sebagai ilmu. Perkembangan komunikasi sebagai ilmu terkait dengan perkembangan retorika yang terjadi di zaman Yunani kuno, perkembangannya pada masa ditemukannya mesin cetak oleh Guttenberg (1457). Sehingga masalah yang muncul adalah, rentang waktu antarperkembangan ilmu komunikasi yang awalnya dikenal retorika pada masa Yunani kuno, sampai pada pencatatan sejarah komunikasi pada masa pemikiran tokoh-tokoh pada abad 19, sangat jauh. Sehingga sejarah perkembangan ilmu komunikasi itu sendiri terputus kira-kira 1400 tahun.

Everet M. Rogers (1986) dalam bukunya *Communication Technology: The New Media in Society*, antara lain menyebutkan bahwa sejarah komunikasi diperkirakan dimulai sejak sekitar 35.000 tahun sebelum Masehi (9SM) yang disebut sebagai zaman Cro-magnon. Di era ini, Bahasa sudah menjadi alat komunikasi yang sudah dikenal oleh

masyarakat. Sejarah perkembangan komunikasi yang lebih jelas diperkirakan dapat ditelusuri sejak sekitar 4000 tahun SM. Sejak zaman itu hingga sekarang, menurut Rogers, sejarah perkembangan komunikasi dapat dibagi dalam 4 era perubahan: era komunikasi tulisan, era komunikasi catatan, era telekomunikasi, dan era komunikasi interaktif, dan ditambah sesuai perkembangan zaman topik mengenai Komunikasi digital.

Perkembangan era-era komunikasi disertai dengan bentuk-bentuk penemuan komunikasi yang menandai masing-masing era adalah sebagai berikut:

1. **Periode Tradisi Retorika (*Zaman Yunani Kuno*)**

Perkembangan ilmu komunikasi selalau berkaitan dengan Retorika'. Para ahli berpendapat bahwa studi retorika sebenarnya telah ada sebelum zaman Yunani (Golden, 1978; Foss, 1985; Forsdale, 1981). Tradisi retorika berkemang di zaman Yunani Kuno dengan perintisnya Aristoteles (Golden, 1978). Retorika, atau dalam bahasa Inggris, *rhetoric*, berasal dari bahasa Latin, *rhetorica*, yang berarti ilmu bicara. Aristoteles juga menegaskan bahwa retorika sebagai *the art of persuasion*, Ia mengajarkan bahwa dalam retorika, suatu uraian harus singkat, jelas, dan meyakinkan.

Cleanth Brooks dan Robert Penn Warren (Effendy, 2007:53) mendefinisikan retorika sebagai "*The art of using language effectively*" atau seni penggunaan bahasa secara efektif. Artinya, retorika mempunyai pengertian sempit, yaitu mengenai bicara, dan pengertian luas, yaitu penggunaan bahasa, baik lisan maupun tulisan. Dalam buku *Teori Komunikasi*, Morris dan Andy Corry (2009: 44) menuliskan bahwa menurut Littlejohn, retorika didefinisikan sebagai "*Art of constructing arguments and speechmaking*", yaitu seni membangun argumentasi dan seni berbicara. Retorika juga mencakup proses untuk menyesuaikan ide dengan orang dan menyesuaikan orang dengan ide melalui beberapa macam pesan (*adjusting ideas to people and people to ideas in message of all kinds*).

Retorika pada era ini, cenderung sebagai kajian filsafat, dasar pertimbangan dalam berkomunikasi, baik lisan maupun tindakan. Tokoh utama retorika adalah Aristoteles, yang terkenal dengan tiga unsur yaitu, a) *Ethos* (kredibilitas sumber), b) *Panths* (menyangkut emosi) dan c) *Logos* (fakta dan logika). Ketiga konsep dasar Retorika tersebut sangat penting dalam upaya memaksimalkan proses, penciptaan dan

penerimaan pesan oleh komunikator. Penerimaan pesan membutuhkan salah satu strategi penyampaian dengan tujuan yang jelas.

Penyampaian pesan komunikasi yang tepat membutuhkan upaya persuasi agar tiga faktor yakni kredibilitas komunikator yang disyaratkan mempunyai kemampuan untuk merangsang emosi/perasaan khalayak/audience yang menjadi sasaran, dan kemampuan untuk mengungkap fakta-fakta yang mendukung logika. Cicero dan Quintilian mengembangkan pokok-pokok pikiran Aristoteles sebagai upaya untuk memaksimalkan kemampuan dan efek dari komunikasi dalam lima aturan retorika unsur yaitu, *Inventio* (urutan argumentasi), *Dispositio* (pengaturan ide), *Elocutio* (gaya bahasa), *Memoria* (ingatan), *Pronunciatio* (cara penyampaian pesan). Tokoh-tokoh retorika lainnya yang dikenal zaman itu adalah Corax, Socrates, dan Plato, Georgias, Protagoras, Sokrates, Isokrates, Cicero dan Quintilian.

Menurut Aristoteles, retorika merupakan ilmu kepandaian berpidato atau teknik dan seni berbicara di depan umum (Amin, 2009:171). Melalui *Rhetoric*, Aristoteles ingin mengendalikan hakikat retorika sebagai sebuah kecakapan (kekuatan) berbahasa sebagai sarana persuasif untuk memecahkan masalah secara objektif, sistematis, dan alternatif. Dari Aristoteles dan ahli retorika klasik, kita memperoleh lima tahap penyusunan pidato yang kemudian dikenal sebagai Lima Hukum Retorika (*The Five Canons of Rhetoric*). Menurut Aristoteles (Keraf, 1984: 9-10), kelima hukum tersebut, yakni: (1) *Invention* atau *heuresis*, yaitu penemuan atau penelitian materi-materi. (2) *Disposition* atau *taxis* atau *oikonomia*, yaitu penyusunan dan pengurutan materi (argumen) dalam sebuah pidato. (3) *Elocutio* atau *lexis*, yaitu pengungkapan atau penyajian gagasan dengan bahasa yang sesuai. (4) *Memoria* atau *mneme*, yaitu menghafalkan pidato, latihan untuk mengingat gagasan-gagasan pidato yang sudah disusun, dan (5) *Actio* atau *hypokrisis*, yaitu menyajikan pidato secara efektif.

Dalam abad pertengahan studi retorika ini secara institusional semakin mapan, khususnya di negara-negara Inggris, Perancis dan Jerman, Tokoh-tokohnya yang terkemuka pada masa ini antara lain Thomas Wilson, Francis Bacon, Rene Descartes, John Locke, Giambattista Vico dan David Hume. Dalam akhir abad ke-18 prinsip-prinsip retorika dikemukakan oleh Aristoteles, Cicero dan Quintilian ini, kemudian menjadi dasar bagi bidang kajian *speech communication* (komunikasi ujaran) dan rhetoric. Para ahli

retorika modern antara lain adalah I. A Richards, M. Weaver, Stephen Toulmin, Kenneth Burke, Marshall McLuhan, Micheal Foucault, Jurgen Habermas, Ernesto Grassi dan Chaim Perelman.

2. Sejarah Awal Perkembangan Komunikasi Manusia

Secara umum diakui bahwa manusia dan komunikasi tidak mungkin dipisahkan. Setiap saat, manusia berkomunikasi untuk menyatakan pendapat, opini, perasaan dan keinginan dengan menggunakan Bahasa baik lisan maupun tulisan termasuk simbol-simbol lainnya selain Bahasa. 35.000 SM Zaman Cro-Magnon: Bahasa diperkirakan telah dikenal pada zaman ini.

Era komunikasi tulisan diperkirakan dimulai ketika Bangsa Sumeri mulai mengenal kemampuan menulis dalam lemparan tanah Nat sekitar 4000 tahun SM. Era komunikasi cetakan dimulai sejak penemuan mesin cetak *hand-press* oleh Gutenberg pada tahun 1456. Era telekomunikasi diawali dengan ditemukannya alat telegraf oleh Samuel Morse pada tahun 1844. Era keempat, era komunikasi interaktif, mulai terjadi pada pertengahan abad ke-19. Pada saat itu, tepatnya tahun 1946, ditemukannya *Mainframe Computer* ENIAC dengan 18.000 vacuum tubes oleh para ahli dari Universitas Pennsylvania, Amerika Serikat.

Era Komunikasi dipertegas perkembangannya dengan tumbuhnya Era Percetakan tua disebut Early Print Media (Sraubhaar dan Larose, 2006: 57). Buku-buku mulai dicetak swalau dalam jumlah yang tidak besar. Di Yunani, buku berisikan *Epic work* seperti *Odessey* karya Homer, 800 Masehi). Di Jepang dicetak novel berjudul *Tale of Genji* yang ditulis oleh Lady Murasaki Shikibu pada abad 11.

Pada awal pengembangan penulisan, kertas dan cetak dimulai di Timur Tengah dan Cihina (618-906 Masehi). Pada Tahun 700 diperkuat dengan usaha Pengusaha Arab yang memperkenalkan kertas ke benua Eropa, dan pada tahun 1234 di Korea terjadi pengembangan proses percetakan dengan ditemukan '*movable metal type*'. Namun pengembangan tersebut belum terlalu berpengaruh besar terhadap industri percetakan. Pengaruh besar terjadi setelah mesin cetak ditemukan. (Sraubhaar dan Larose, 2006: 58)

2. Era Komunikasi Cetakan

Industri media pertama ditandai dengan media cetak terutama buku. Buku sudah mulai dicetak, namun dalam jumlah tidak besar dan jangkauan yang tidak luas. Saat itu, buku hanya dibaca oleh kalangan tertentu saja, karena cetakan terbatas, hardcover dan juga harga yang mahal. Buku hanya disebar dan dimiliki oleh kalangan tertentu atau elit baik di pemerintahan China, Yunani, Mesir, Islam dan Roma yang menjadi literatur di perpustakaan-perpustakaan. Perubahan besar terjadi setelah mesin cetak Tahun 1455, Johannes Gutenberg menemukan alat mesin cetak (metal) *hand-press*, merupakan pengembangan ulang '*movable type*'. Kemudian selanjutnya berkembang buku cerita rakyat populer di Swedia dan Italia, namun masih dikalangan agamawan, sebelumnya buku banyak dituliskan dalam Bahasa Latin (Carter, 2011 dalam Sraubhaar dan Larose, 2006: 58). Tahun 1300, buku sudah ada dikalangan masyarakat walau terbatas, dan tahun 1400 an, buku telah ada di kalangan elit politik, komersial dan perdagangan termasuk profesional seperti Christopher Columbus.

Kemudian buku dicetak menggunakan kertas '*paperback*'. Mulai dicetak dalam jumlah banyak dan diterbitkan kepada masyarakat umum. Buku bukan lagi bacaan. Kalangan elit, meliankan juga sudah menjadi perhatian dan bacaan masyarakat. Perpustakaan sudah berkembang dan menyediakan buku-buku.

Diantara momentum era cetak adalah

1. Tahun 1833 Penerbitan surat kabar Penny Press yang pertama, The New York Sun
2. Tahun 1839 Daguerre menemukan metode fotografi yang praktis untuk surat kabar.
3. Tahun 1455, ditemukan mesin cetak oleh Johannes Gutenberg yang membawa perubahan besar pada masa media cetak.
4. Era komunikasi cetakan dimulai sejak penemuan mesin cetak *hand-press* oleh Gutenberg pada tahun 1456

3. Era Telekomunikasi

1. Tahun 1844 Samuel Morse mengirimkan pesan melalui alat telegraph yang pertama.
2. Tahun 1876 Alexander Graham Bell mengirimkan pesan melalui pesawat telepon yang pertama

3. Tahun 1894 Penemuan film bioskop.
4. Tahun 1895 Guglielmo Marconi mengirimkan pesan melalui radio.
5. Tahun 1912 Lee de Forest menemukan *vacuum tube*.
6. Tahun 1920 Siaran radio pertama oleh KDKA di Pittsburgh, Amerika Serikat.
7. Tahun 1933 RCA di Amerika Serikat mendemostrasikan TV.
8. Tahun 1941 Siaran TV komersial pertama. (Sraubhaar dan Larose, 2006)

Pada masa itu, kajian bidang ilmu komunikasi dan kehidupan sosial mulai berkembang sejalan dengan proses modernisasi yang terjadi. Bisa dikatakan bahwa komunikasi mempunyai peran dan kontribusi yang nyata terhadap perubahan sosial. Sementara di bidang penelitian komunikasi komersial, dampak iklan pada masyarakat serta aspek-aspek yang menyangkut media mulai berkembang sejalan dengan tumbuh kembang industri periklanan dan penyiaran.

Bidang studi komunikasi berkembang meliputi hubungan komunikasi dengan institusi dan masalah-masalah politik kenegaraan seperti peranan komunikasi dalam kehidupan sosial. Penelitian komunikasi komersial seperti dampak iklan terhadap khalayak. Perkembangan yang berlangsung di era tersebut telah mendatangkan perubahan bagi manusia baik dalam kajian komunikasi, teknologi maupun tatara praktis. Periode ini meliputi hubungan komunikasi dengan institusi dan masalah-masalah politik kenegaraan, peranan komunikasi dalam kehidupan sosial, analisis psikologi sosial komunikasi, komunikasi dan pendidikan, propaganda, dan penelitian komunikasi komersial, penelitian komunikasi komersial, dampak iklan terhadap khalayak serta aspek-aspek lainnya yang menyangkut industri media, industri periklanan dan penyiaran (*broadcasting*).

4. Era Konsolidasi

Para Era sebelumnya, Ilmu Komunikasi belum lahir, dan pengembangan ilmu komunikasi mengadopsi berbagai asumsi, teori dan konsep ilmu-ilmu yang telah mapan sebelumnya seperti Sosiologi, psikologi, fisika, matematika, politik, antropologi, dan Filsafat sebagai dasar berpikir keilmuan. Setelah muncul beberapa model (kemudian dikenal dengan sebagai bagian dari Teori Komunikasi), para ahli yang dikenal sebagai

Founding Fathers Ilmu Komunikasi berupaya untuk melakukan konsolidasi dari multidisiplin ilmu menjadi dasar pengembangan Ilmu Komunikasi.

Periode ini disebut dengan era konsolidasi, yaitu berlangsungnya upaya pengembangan ilmu komunikasi oleh beberapa pakar yang pada dasarnya bukanlah ilmu komunikasi. (Delia, dalam Berger dan Chaffee, 1987). Pada masa ini berlangsung konsolidasi dari pendekatan ilmu komunikasi sebagai suatu ilmu pengetahuan sosial bersifat multidisipliner (mencakup berbagai ilmu) mulai terjadi. Oleh karenanya diakui bahwa ilmu komunikasi sebagai suatu ilmu pengetahuan sosial yang merupakan hasil pengembangan dari berbagai Ilmu Pengetahuan atau disebut dengan ilmu yang bersifat multi disiplin (mencakup berbagai ilmu). (Ruben dan Stewart, 2006: 20-33)

Beberapa tokoh yang pokok-pokok pikirannya menjadi landasan bagi pengembangan teori-teori komunikasi yaitu Harold D. Lasswell (ahli ilmu politik), Paul F. Lazarsfeld (ahli sosiologi), Claude E. Shannon dan Warren Weaver (matematika), Kurt Lewin & Carl Hovland (psikologi sosial), dan Wilbur Schramm disebut sebagai *the founding fathers*. Muncul model-model komunikasi yang menjadi fundasi bagi tumbuh dan pengembangan Ilmu dan Teori Komunikasi. Era ini disebut juga dengan 'Evolusi Teori Komunikasi. (Ruben dan Stewart, 2006: 33- 46).

Beberapa penemuan fundamental pada era ini antara lain:

1. Tahun 1946 Penemuan Mainframe Computer, ENIAC dengan 18.000 vacuum tubes oleh Universitas Pennsylvania, Amerika Serikat.
2. Tahun 1947 William Shockley, John Bardeen dan Walter Brattain menemukan pesawat radio transistor.
3. Tahun 1956 Penemuan videotape oleh perusahaan Ampex, Redwood City, California, Amerika Serikat
4. Tahun 1957 Rusia meluncurkan satelit luar angkasa pertama, SPUTNIK.

(Syahmi, <https://www.academia.edu>.)

5. Periode Teknologi Komunikasi: 1960-an -1970-an

Sejak tahun 1960-an perkembangan ilmu komunikasi semakin kompleks dan mengarah pada spesialisasi. Menurut Rogers (1986) perkembangan studi komunikasi

sebagai suatu disiplin telah mulai memasuki periode take-off (tinggal landas) sejak tahun 1950. Secara institusional kepesatan perkembangan ilmu komunikasi pada masa sekarang ini antara lain tercermin dalam beberapa indikator sebagai berikut: 10 jumlah universitas yang menyelenggarakan program pendidikan komunikasi semakin banyak dan tidak hanya terbatas di negara-negara maju seperti AS, tetapi juga negara-negara berkembang di Asia, Amerika Latin dan Afrika, 20 asosiasi-asosiasi profesional di bidang ilmu komunikasi juga semakin banyak tidak saja dalam jumlahnya tetapi juga cakupan keanggotaannya yang regional dan internasional dan semakin banyaknya pusat-pusat penelitian dan perkembangan komunikasi. Sejak tahun 1960-an perkembangan ilmu komunikasi semakin kompleks dan mengarah pada spesialisasi: menurut Rogers (1986) perkembangan studi komunikasi sebagai suatu disiplin telah memasuki periode yang ditinggalkan dan sejak tahun 1950. Periode masa sekarang juga disebut sebagai periode komunikasi dan informasi yang ditandai oleh beberapa faktor antara lain:

1. Tahun 1969 Pesawat luar angkasa NASA berpenumpang manusia mendarat di Bulan, dikendalikan oleh minicomputer yang besarnya 3000 kali lebih kecil dari ENIAC.
2. Tahun 1971 Penemuan microprocessor, sebuah unit pengendali computer (CPU) dengan semiconductor chip oleh Ted Hoff.
3. Tahun 1975 HBO (Home Box Office) mulai menyiarkan siaran TV kabel melalui satelit.
4. Tahun 1976 Sistem teleteks pertama diperkenalkan oleh BBC dan ITV di Inggris.
5. Tahun 1977 Qube, system TV kabel interaktif pertama diperkenalkan di Columbus, Ohio, Amerika Serikat.
6. Tahun 1979 Sistem Videoteks pertama diperkenalkan oleh British Post Office, Inggris.
7. Kemajuan teknologi computer, VCR, TV kabel, dan alat-alat komunikasi jarak jauh lainnya,
8. Tumbuhnya industri media yang tidak hanya bersifat nasional tapi juga regional dan global.
9. Ketergantungan terhadap situasi ekonomi dan politik global khususnya dalam konteks *centerperiphery*. (Sraubhaar dan Larose, 2006)

6. Periode Internet-digital Media 1990- sekarang

Periode sekarang disebut dengan periode teknologi komunikasi ditandai:

- a. Internet pertama kali diciptakan oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1969.
- b. Pada Tahun 1971, Anggota jaringan ARPANET bertambah menjadi 23 buah node komputer, yang terdiri atas komputer-komputer untuk riset milik pemerintah Amerika Serikat
- c. Tahun 1972, Network Working Group (INWG) di buat untuk meningkatkan teknologi jaringan komputer dan juga membuat standar-standar untuk jaringan komputer, dan di antaranya adalah Internet. Pembicara pertama dari organisasi ini adalah Vint Cerf, sebagai "Bapak Internet".
- d. Tahun 1972 sampai 1974, Beberapa layanan basis data komersial seperti Dialog, SDC Orbit, Lexis, The New York Times DataBank, dan lainnya, mendaftarkan dirinya ke ARPANET melalui jaringan dial-up.
- e. Tahun 1973, ARPANET ke luar Amerika Serikat bertambah lagi dengan masuknya beberapa universitas di luar Amerika Serikat yakni University College of London dari Inggris dan Royal Radar Establishment di Norwegia.
- f. Tahun 1974, Vint Cerf dan Bob Kahn mempublikasikan spesifikasi detail protokol Transmission Control Protocol (TCP) dalam artikel "A Protocol for Packet Network Interconnection".
- g. Pada Tahun 1974, Bolt, Beranet & Newman (BBN), pontraktor untuk ARPANET, membuka sebuah versi komersial dari ARPANET yang mereka sebut sebagai Telenet, yang merupakan layanan paket data publik pertama.
- h. Tahun 1979, Penggunaan Usenet pun meningkat secara drastic, dan emoticon diusulkan oleh Kevin McKenzie.
- i. Awal Tahun 1980-an, Komputer pribadi (PC) mewabah, tercatat ARPANET telah memiliki anggota hingga 213 host yang terhubung. Layanan BITNET (Because It's Time Network) dimulai, dengan menyediakan layanan e-mail, mailing list, dan juga File Transfer Protocol (FTP). CSNET (Computer Science Network).
- j. Tahun 1982, Istilah "Internet" pertama kali digunakan, dan TCP/IP diadopsi sebagai protokol universal untuk jaringan tersebut. Tercatat ada lebih dari 1000 buah host yang tergabung ke Internet.
- k. Tahun 1986, Diperkenalkan sistem nama domain, yang sekarang dikenal dengan DNS (Domain Name System).
- l. Tahun 1988, Jarko Oikarinen dari Finland menemukan dan sekaligus memperkenalkan IRC atau Internet Relay Chat. Setahun kemudian, jumlah komputer yang saling berhubungan kembali melonjak 10 kali lipat dalam setahun.
- m. Tahun 1990, Tim Berners Lee menemukan yang disebut www, atau World Wide Web.

- n. Tahun 1992, Jaringan computer di internet terbentuk dengan istilah *surfing the internet*.
- o. Tahun 1994, Situs internet telah tumbuh menjadi 3000 alamat halaman, dan untuk pertama kalinya virtual-shopping atau e-retail muncul di internet. Dunia langsung berubah. Pada tahun yang sama Yahoo!
- p. Google muncul menjadi alat penjelajah di internet dan saat ini menguasai pencarian data di Internet.
- q. Muncul Digital-virtual, media online, new media dan sosial media, yang berdampak pada semua sector kehidupan manusia. (
- r. Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yaitu VCR, TV cable, satelit komunikasi, teleprinter.
- s. Tumbuhnya industri media bersifat nasional, regional dan global.
- t. Ketergantungan terhadap situasi ekonomi dan politik global/internasional khususnya dalam konteks center periphery (pinggiran). (Sraubhaar dan Larose, 2006: 58)

7. Perkembangan Ilmu Komunikasi di Indonesia

Perkembangan Ilmu Komunikasi di Indonesia berdasarkan Keputusan Presiden (Keppres) Nomor 107/82 Tahun 1982. Pada awal munculnya kajian komunikasi dan media di Indonesia dikelola dengan Ilmu Publisistik. Keppres itu yang kemudian membawa penyeragaman nama dari ilmu yang dikembangkan di Indonesia, termasuk ilmu komunikasi. Beberapa Universitas yang pertama membuka Fakultas atau jurusan kajian Komunikasi dan media dengan nama ilmu Publisistik, seperti di Universitas Padjadjaran Bandung dan Universitas Gadjah Mada Yogyakarta yang menggunakan nama *Publisistik*, serta Universitas Indonesia yang merubah nama *Publisistik* menjadi *Ilmu Komunikasi Massa*. Setelah Surat Keputusan tersebut, yang juga terkait dengan pengaruh tokoh-tokoh Ilmu Komunikasi yang sebelumnya merupakan jebolan Jerman digantikan pengaruhnya dengan Ilmuan Komunikasi yang lulusan Amerika yang membawa perubahan dari Publisistik menjadi Ilmu Komunikasi. Drs Marbangun, Sundoro, Prof. Sujono Hadinoto, Adinegoro dan Prof. Dr. Mustopo. Kemudian ditambah lagi pakar komunikasi Astrid S. Susanti dan Alwi Dahlan (keduanya dari luar negeri, Astrid dari Jerman dan Alwi dari Amerika).

Kajian terhadap ilmu komunikasi sendiri dimulai dengan nama *Publisistik* dengan dibukanya jurusan *Publisistik* pada Fakultas Sosial dan Politik Universitas Gajah Mada pada tahun 1950, Akademi Penerangan pada tahun 1956, Perguruan Tinggi Publisistik

Jakarta pada tahun 1953, dan pada Fakultas Hukum dan Ilmu Pengetahuan Masyarakat Universitas Indonesia pada tahun 1959. Nama Ilmu Komunikasi Massa dan Ilmu Komunikasi sendiri baru muncul dalam berbagai diskusi dan seminar pada awal tahun 1970-an. (Sardono dan Chasanah, 2017).

B. Tokoh-Tokoh Ilmu Komunikasi

Beberapa Pakar Ilmu Komunikasi yang meletakkan dasar pemikiran dalam proses pengembangan Ilmu Komunikasi. Mereka dikenal sebagai The Founding Fathers Ilmu Komunikasi. Walaupun ketika awal pengembangannya belum terbentuk Ilmu Komunikasi, melainkan proses awal yang merupakan model-model dan teori yang dikembangkan dari berbagai Ilmu lainnya yang telah mapan. Di era Konsolidasi tersebut, landasar Ilmu Komunikasi diciptakan sehingga dalam dua decade selanjutnya pengembangan Ilmu Komunikasi telah memenuhi pertimbangan keilmuan sebagai ilmu. Beberapa Tokoh-tokoh utama di era ini adalah: Harold D. Lasswell, Shannon E. Claude, Warren Weaver, Paul F. Lazarsfeld, Harold D. Lasswell, Kurt Lewin, dan tentunya Carl I. Hovland.

1. Harold D. Lasswell

Lahir Tanggal 13 Februari 1902 di Donnellson, Illinois, Amerika Serikat. Harold Dwight Lasswell adalah seorang ilmuwan politik terkemuka Amerika Serikat dan seorang pencetus teori komunikasi. Dia juga adalah seorang profesor di Chicago School of Sociology, Yale University, Selain itu dia juga adalah Presiden Asosiasi Ilmu Politik Amerika dan Akademi Seni dan Sains Dunia. Ketertarikannya pada dunia politik, Lasswell menggunakan berbagai macam pendekatan untuk memahami efek pesan-pesan. Lasswell menciptakan sebuah pada tahun 1940. Menegaskan pentingnya Medium komunikasi sebagai saluran penyampaian pesan-pesan, sekaligus menjelaskan efek komunikasi 5 unsur Komunika Lasswell adalah Komunikator, Pesan, Medium, Khalayak dan Efek. Pernyataan Lasswell yang terkenal dan menjadi dasar dalam Teori komunikasi Massa adalah *who says what in wich channel, to whom, with what effect* (Effendy, 1993: 10, baca Ruben dan Stewart, 2006: 38-39)

Karya-karya dari Harold Dwight Lasswell

1. *Propaganda Technique in the World War* (1927; dicetak ulang 1971)
2. *Psychopathology and Politics*, (1930; reprinted, 1986)
3. *World Politics and Personal Insecurity* (1935; dicetak 1965)
4. *Politics: Who Gets What, When, How* (1935)

2. Shannon E. Claude and Warren Weaver

Claude Elwood Shannon lahir pada 30 April 1916 di Petoskey, Michigan. Ia memperoleh gelar sarjana teknik elektro dan matematika dari University of Michigan. Setelah lulus, Shannon pindah ke Massachusetts Institute of Technology (MIT) untuk melanjutkan studi pascasarjana. Meskipun menggunakan komputer analog, Shannon dengan cepat membuat tanda dengan elektronik digital, ide yang jauh lebih berpengaruh. Dalam tesis master pemenang hadiah yang diselesaikan di Departemen Matematika, Shannon mengusulkan metode untuk menerapkan bentuk logika matematika yang disebut aljabar Boolean untuk desain sirkuit switching relay. Inovasi ini, yang dianggap sebagai kemajuan yang mengubah desain sirkuit "dari seni menjadi sains," tetap menjadi dasar untuk desain sirkuit dan chip hingga hari ini.

Shannon menerima gelar master di bidang teknik elektro dan gelar Ph.D. dalam matematika dari M.I.T. pada tahun 1940 Claude E. Shannon bekerja untuk Dewan Riset Nasional, Komite Riset Pertahanan Nasional, dan Laboratorium Telepon Bell, di mana ia mengembangkan teori komunikasi matematis, yang sekarang dikenal sebagai teori informasi, bersama Warren Weaver. Selama hidupnya, Shannon dianugerahi Penghargaan Leibmann, Medali Balantine, Hadiah Siapa yang Meraih Kehidupan, dan Hadiah Kyoto. Teori Shannon adalah konsep informasi entropi dalam teori informasi.

Shannon dan Weaver secara signifikan berkontribusi pada pendekatan sistematis untuk studi komunikasi. Dalam teori informasi mereka, Shannon dan Weaver (1949) menunjukkan bahwa kebutuhan untuk mengurangi ketidakpastian memotivasi perilaku komunikasi individu. Pendekatan Shannon & Weaver (1949) menekankan kesimpulan bahwa informasi adalah jumlah pesan yang diperlukan untuk mengurangi ketidakpastian secara total" (Heath & Bryant, 2000, hal. 145). Individu memiliki keinginan untuk mengurangi ketidakpastian dan mereka dapat memenuhi kebutuhan ini dengan meningkatkan informasi. Individu meningkatkan informasi melalui komunikasi (Shannon & Weaver, 1949).

Model ini membahas tentang masalah dalam mengirim pesan berdasarkan tingkat kecermatannya. Model ini mengandaikan sebuah sumber daya informasi (*source information*) yang menciptakan sebuah pesan (*message*) dan mengirimnya dengan suatu saluran (*channel*) kepada penerima (*receiver*) yang kemudian membuat ulang (*recreate*) pesan tersebut. Dengan kata lain, model ini mengasumsikan bahwa sumberdaya informasi menciptakan pesan dari seperangkat pesan yang tersedia. Pemancar (*transmitter*) mengubah pesan menjadi sinyal yang sesuai dengan saluran yang dipakai. Saluran adalah media yang mengirim tanda dari pemancar kepada penerima. (Ruben dan Stewart, 2006: 39-40)

3. Paul F. Lazarsfeld

Paul F. Lazarsfeld lahir di Wina pada tanggal 13 Februari 1901. Dia tinggal di Wina sampai usia 30 tahun. Ayahnya merupakan seorang pengacara yang tidak sukses. Tokoh cikal bakal studi komunikasi yang lain adalah Paul F. Lazarsfeld. Ilmuan imigran dari Austria, yang menghabiskan hampir sebagian besar waktu karirnya di Columbia University. Lazarsfeld mempelajari matematika, sekaligus menjadi pemain kunci yang teramat penting di dalam riset ilmiah dalam penelitian efek komunikasi Massa. Ia memimpin penelitian Radio, yang didanai oleh Yayasan Rockefeller di tahun 1937. (Kiad, Lynda Lee (ed), 2004) Lazarsfeld menjadi kolumnis untuk konsultasi pernikahan di sebuah surat kabar. Tokoh yang telah memberikan kontribusi besar terhadap perkembangan ilmu komunikasi melalui sebuah Model Komunikasi yang terkenal yaitu *two-steps flow of model communication*. Model ini dikembangkan Lazarsfeld untuk menggambarkan efek media serta pesan-pesan propaganda terhadap pemirsa.

Karya-karya Paul F. Lazarsfeld adalah:

1. *Radio and the Printed Page: an Introduction to the Study of Radio and Its Role in the Communication of Ideas (1940)*
2. *Remarks on Administrative and Critical Communication Research* dalam *Studies in Philosophy and Social Science 9 (1941)*
3. *Mathematical Thinking in the Social Science (1954)*

4. Bersama Elihu Katz, *The Personal Influence (1955)*

4. Kurt Lewin

Tokoh lain yang tercatat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu komunikasi adalah Kurt Lewin. Sebagai seorang psikolog, ia dikenal sebagai salah satu pelopor dalam psikologi sosial, psikologi organisasi, serta psikologi terapan di Amerika Serikat. Pada tahun 1890, ia dilahirkan dalam sebuah keluarga Yahudi di Mogilno, Polandia (kemudian di County Mogilno, Provinsi Posen, Prusia). Dia adalah salah satu dari empat anak yang dilahirkan dalam sebuah keluarga kelas menengah. Ayahnya memiliki sebuah toko kelontong kecil dan pertanian. Keluarganya pindah ke Berlin pada tahun 1905. Pada 1909, ia memasuki Universitas Freiburg untuk belajar kedokteran, tetapi dipindahkan ke Universitas Munich untuk belajar biologi. Terlibat dengan gerakan sosialis dan hak-hak perempuan sekitar bertugas di tentara Jerman saat Perang Dunia I. dan dikarenakan mengalami luka perang, ia kembali ke Universitas Berlin untuk menyelesaikan gelar Ph.D., dengan Carl Stumpf (1848-1936) supervisor tesis doktornya.

Karya-Karyanya Kurt Lewin antara lain adalah:

1. Persamaan Lewin, $B = f(P, E)$, merupakan persamaan psikologis perilaku yang dikembangkan oleh Kurt Lewin. Ini menyatakan bahwa perilaku adalah fungsi dari orang tersebut dan lingkungannya.
2. Proses Ubah, sebuah model awal perubahan yang dikembangkan oleh Lewin menggambarkan perubahan sebagai suatu proses tiga tahap.
3. Kepemimpinan iklim yaitu gaya manajemen organisasi dan budaya dalam hal kepemimpinan iklim didefinisikan oleh otoriter, demokratis dan laissez-faire lingkungan kerja.

5. Carl I. Hovland

Hovland lahir di Chicago, 12 Juni 1912. Memasuki Universitas Northwestern sampai tingkat master. Ia melanjutkan program doktor pada Program Psikologi di Universitas Yale karena tertarik pada Clark Hull, seorang akademisi yang dikenal beraliran behaviorisme yang mengkaji proses pembelajaran manusia. Hovland beruntung masuk ke program ini karena program Psikologi di Yale memiliki lembaga *institute of Human*

Relation yang merupakan sebuah lembaga yang mampu mengangkat keberadaan Fakultas Psikologi di Yale menjadi penting dan terkenal. ((<https://etfilkomaik3.wordpress.com> › tokoh-tokoh › administrative-research)

Carl Hovland adalah ahli psikolog lain yang turut serta memberikan kontribusi besar terhadap perkembangan ilmu komunikasi, menaruh minat terhadap perubahan sikap dan persuasi. Hovland Bbrsama dengan Irving Janis mengembangkan sebuah Teori yaitu *groupthink theory*. Hovland juga mengembangkan *social judgement theory* atau teori penilaian sosial. (Delia in Berger & Chaffee, 1989).

Karya-karya Hovland yang terkenal diantaranya adalah

1. *Changes in Attitude Through Communication* (1951)
2. *Effects of the Mass Media of Communication* (1954).

(<https://etfilkomaik3.wordpress.com> › tokoh-tokoh › administrative-research
<http://mediapublica.co/2013/07/02/wilbur-lang-schramm-ayah-dari-studi-komunikasi/>

6. Wilbur Lang Schramm

Wilbur Schramm, (lahir 5 Agustus 1907, Marietta, Ohio, A.S — meninggal 27 Desember 1987, Honolulu, Hawaii), sarjana komunikasi massa Amerika yang memainkan peran penting dalam mendirikan dan membentuk disiplin studi komunikasi. Wilbur Schramm menemukan cara-cara kreatif untuk mengatasi masalah kegapannya dan ketakutan berbicara di depan umum agar tetap sangat sukses ketika seorang siswa mendapatkan gelar sarjana dalam Sejarah dan Ilmu Politik dan gelar Master dalam Peradaban Amerika dari Harvard. Wibur Schramm mendirikan institute of communication Research tahun 1947 di Illinois, Amerika serikat, merupakan lembaga pendidikan tinggi ilmu komunikasi yang pertama. Salah satu perintis ilmu komunikasi karena pokok-pokok pikiran mereka dipandang sebagai landasan bagi pengembangan teori-teori komunikasi. Wilbur Schramm sendiri dinilai sebagai institutionalizer yakni yang merintis upaya pelembagaan pendidikan komunikasi sebagai bidang kajian akademis. (Roger, 1997)

Beliau memimpin School of Journalism di Iowa (1943-1947). Kemudian menjadi pimpinan program kajian komunikasi massa di Universitas Illinois, Universitas Stanford dan the East-West Center, Universitas Hawaii. Beliau merupakan seorang penulis produktif dan editor di American literature dan Mass Communication. Kegagapan

menjengkelkan yang diidap oleh Wilbur Schramm sejak ia berumur 5 tahun dikarenakan operasi amandel yang kurang baik. Pidatonya sangat memalukan bagi dirinya dan keluarganya. Sebagai pengidap kegagapan, ayah Schramm mengamati kemenarikan dari anaknya dimana ia bermimpi tentang karirnya dalam hukum dan politik. Kegagapan anak lelakinya sangat traumatik baginya. Ia menghindari berbicara di depan publik. ([https://www.britannica.com › biography › Wilbur Schramm.](https://www.britannica.com › biography › Wilbur Schramm))

Wilbur Schramm telah berhasil menulis beberapa judul buku, antara lain:

1. Men, Messages and Media (1973).
2. Beginnings of Communication Study in America: A Personal Memoir (April 1997). Ditulis bersama Everett M. Rogers dan Steven H. Chaffee
3. Four Theories of the Press: The Eutoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do. Ditulis bersama Theodore Peterson, dan Frederick S. Siebert.
4. The Science of Human Communication (1963).
5. Television in the Lives of Our Children (Juni 1961).
6. Responsibility in Mass Communication, 3rd Edition (Januari 1980). Ditulis bersama William Rivers dan Clifford G. Christians.
7. The Process and Effects of Mass Communication (Revised) (Oktober 1971). (Roger, 1997: 1-29)



LATIHAN

Untuk memperdalam pemahaman anda terhadap materi di atas, kerjakanlah latihan berikut:

1. Apakah sumbangan Retorika Aristoteles dalam pengembangan Ilmu Komunikasi?
2. Jelaskan era-era perkembangan Ilmu Komunikasi?
3. Bagaimana perkembangan Ilmu Komunikasi di Indonesia?
4. Sebutkan tokoh-tokoh komunikasi yang disebut The Founding Tathers Ilmu Komunikasi?
5. Sebutkan karya utama the founding father's yang memberi dasarkan pada pengembangan teori dalam Ilmu Komunikasi?

Petunjuk Jawaban Latihan

Untuk dapat menjawab pertanyaan latihan tersebut, silahkan saudara membaca materi kegiatan belajar di pertemuan 5, jika belum memahami bacalah buku Pengantar Ilmu Komunikasi yang lain, atau diskusikan dengan teman anda.



RANGKUMAN

Sejarah perkembangan Ilmu Komunikasi ditandai oleh Tradisi Retorika (Zaman Yunani Kuno), yang berarti ilmu bicara. Aristoteles juga menegaskan bahwa retorika sebagai the art of persuasion. Aristoteles, dengan tiga unsur yaitu, a) Ethos (kredibilitas sumber), b) Pathos (menyangkut emosi) dan c) Logos (fakta dan logika). Para ahli dari berbagai bidang ilmu seperti Sosiologi, psikologi, fisika, matematika, politik, antropologi, dan Filsafat sebagai dasar berpikir keilmuan melahirkan beberapa model komunikasi. Dikenal sebagai Founding Fathers yang mengembangkan Ilmu komunikasi sebagai suatu ilmu pengetahuan sosial yang merupakan hasil pengembangan dari berbagai Ilmu Pengetahuan atau disebut dengan ilmu yang bersifat multi disiplin. Perkembangan Ilmu Komunikasi di Indonesia, Perkembangan Ilmu Komunikasi di Indonesia berdasarkan Keputusan Presiden (Keppres) Nomor 107/82 Tahun 1982 dengan nama Ilmu Publisistik. Kajian terhadap ilmu komunikasi sendiri dimulai dengan nama Publisistik dengan dibukanya jurusan Publisistik pada Fakultas Sosial dan Politik Universitas Gajah Mada pada tahun 1950, Akademi Penerangan pada tahun 1956, Perguruan Tinggi Publisistik Jakarta pada tahun 1953, dan pada Fakultas Hukum dan Ilmu Pengetahuan Masyarakat Universitas Indonesia pada tahun 1959. Nama Ilmu Komunikasi Massa dan Ilmu Komunikasi sendiri baru muncul dalam berbagai diskusi dan seminar pada awal tahun 1970-an. Tokoh-tokoh Ilmu Komunikasi adalah: Harold D. Lasswell, Shannon E. Claude, Warren Weaver, Paul F. Lazarsfeld, Harold D. Lasswell, Kurt Lewin, dan tentunya Carl I. Hovland.

REFERENSI

Bowers, John Waite, and Bradac, James J. (1984). Axioms, a number of competing sets of axioms undergird contemporary communication research and theory. Contemporary problems in

- human communication theory. In Carroll C., and Bowers, John Waite, (eds.), *Handbook of Rhetorical and Communication Theory*. Boston: Allyn and Bacon. Pp. 871-893. Link:
- Carl Hovland, Etika dan Filsafat Ilmu Komunikasi A.IK.3 FISIP UB, <https://etfilkomaik3.wordpress.com> › tokoh-tokoh › administrative-research.
- Claude Shannon and W. Weaver, *the Mathematical Theory of Communication*, Beverly Hills, 1949
- Cespur Severin, Werner J dan James W. Tankard. 2008. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Edisi Kelima. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Devito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antar Manusia (Edisi 5)*. Kharisma Publishing.
- Effendy, Onong U. 2006. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2009, hlm. 16.
- Kaid, Lynda Lee (ed), 2004, *Hnadbook of Political Research*, USA: Lawrence Erlbaum Associates
- Littlejohn, Stephen. Karen A. Foss. 2009. *Encyclopedia of Communication Theory* California: Sage Publications.
- Rogers, Everett. M. 1994. *A History of Communication Study: A Biographical Approach*. New York: The Free Press.
- Rogers, Everett M. 1986. *Communication Technology: The New Media in Society*. London: The Free Press.
- Roger, E, M. (1997). *Wilbur Schramm and The Founding of Communication Studi, In A History Communication Study: A Biographical Approach*. New York; The Free Press.
- Ruben, Brent D., Stewart, Lea P. 2006. *Communication and Human Behavior, Fifth Edition*, Allyn and Bacon, New York.
- Shannon and his impact, see the article by Michelle Effros and H. Vincent Poor, *Claude Shannon: His Work and Its Legacy*, published with the permission of the EMS Newsletter: reprinted from N°103 (March 2017) pp.29-34.
- Straubhaar, Joseph, and Robert La Rose. 2006. *Media Now*. Belmont. USA: Thomson Wadsworth.
- Syahmi, Adi, *Sejarah Komunikasi Dan Ilmu Komunikasi*.
Link : ..https://www.academia.edu/.../SEJARAH_KOMUNIKASI_DAN_ILMU_KO...)
- Teguh Priyo Sadono dan Rina Nur Chasanah, 2017. *Kajian Ilmu Komunikasi Pandangan dan Harapan (studi eksploratif tentang pandangan dan harapan pembelajaran Ilmu*, Link: <https://journal.ubm.ac.id> › index.php › bricolage › article › view

TIPE DAN KONTEKS KOMUNIKASI

A. Tipe-tipe Komunikasi

Komunikasi adalah saran utama dalam interaksi manusia yang menciptakan berbagai peluang, kesempatan, makna, konflik dan solusi. Komunikasi digunakan untuk membentuk sebuah hubungan atau relasi dengan pihak lain yang terlibat atau target sasaran pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi yang berlangsung. Komunikasi dilakukan dalam berbagai level, baik pada level diri sendiri, antarpribadi, kelompok kecil, organisasi, massa, sosial masyarakat atau publik. Semua ruang komunikasi tersebut kemudian dikenal dengan tipe-tipe komunikasi yang satu dengan lainnya mempunyai karakteristik, konsep dan teori tersendiri. Upaya berkomunikasi merupakan kerja serius yang dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan pemahaman yang sama terkait pesan yang disampaikan oleh komunikasitor kepada khalayak dalam berbagai tipe tersebut.

Pemahaman makna menjadi sangat penting agar proses komunikasi dinyatakan berhasil mencapai tujuan sehingga distorsi yang memunculkan kesalahpahaman dan berujung dengan konflik dapat diminimalkan. Komunikasi bukan hanya persolan pemahaman makna, namun juga terkait proses membagi informasi, ide, pandangan dalam dikemas dalam berbagai bentuk sebagai pesan komunikasi. Komunikasi tidak mungkin dilakukan jika tidak mempunyai pesan, pesan harus dibagi kepada pihak lain sebagai sasaran komunikasi dalam berbagai level sebagai tipe-tipe komunikasi. Hal tersebut sebagaimana makna istilah komunikasi yang berasal dari Bahasa latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan

antara dua orang atau lebih. Disisi lain komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *communico* yang artinya membagi. (Cangara, 2012)

Proses komunikasi pada dasarnya melibatkan berbagai komponen, level, jenis dan tujuan. Semua hal itu terkait perbedaan dan kepentingan yang terkandung dalam proses komunikasi. Sumber atau komunikator yang berbeda akan menciptakan pesan yang berbeda, memilih media, mempunyai target individu, khalayak atau publik serta efek yang diharapkan juga berbeda, serta dilengkapi dengan 'setting' dan konteks peristiwa yang juga berbeda. Artinya dalam setiap interaksi manusia, komunikasi memegang peranan penting, bahkan menentukan keberhasilan proses komunikasi selanjutnya.

Manusia menciptakan bahasa untuk berkomunikasi. Komunikasi berkembang dalam proses kehidupan manusia. Sebagai makhluk sosial, manusia mandiri, namun disisi lainnya manusia adalah bagian integral dari kehidupan sosial. Artinya manusia saling terkait dengan orang lain dan juga lingkungan dimana mereka tumbuh, berkembang dan memaknai kehidupan mereka. Manusia bukan hanya sekedar bisa berkomunikasi, namun yang lebih penting adalah, manusia dituntut untuk meningkatkan kualitas komunikasi sebagai keterampilan yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Keberhasilan manusia dalam kehidupan mereka, baik dengan diri mereka sendiri dalam bentuk konsep diri, kepercayaan diri, subyektifitas dan kemampuan refleksi diri menentukan kesuksesan mereka dalam interaksi dengan manusia lainnya sebagai bentuk hubungan antar pribadi, sesama anggota kelompok, anggota dan kinerja organisasi, anggota masyarakat dan publik. Artinya, komunikasi adalah entitas utama dalam kehidupan manusia untuk berkembang kearah yang lebih baik. Tidak ada gerak langkah manusia yang terlepas dari proses dan tindakan manusia. Komunikasi menjadi satu-satunya sarana yang digunakan oleh manusia untuk dapat berhubungan dengan orang lain di lingkungannya baik secara verbal maupun non verbal, dan didukung dengan berbagai medium komunikasi.

Definisi komunikasi yang disampaikan oleh Shannon & Weaver, 1949, Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi. (Cangara: 2012) David K. Berlo, 1965 menjelaskan bahwa komunikasi sebagai instrumen dari interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi setiap orang lain, juga untuk

mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan dengan masyarakat. (Cangara, 2012) Berdasarkan kedua definisi komunikasi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi berlangsung melibatkan berbagai komponen yang satu dengan lainnya memerlukan sebuah upaya agar interaksi berjalan dengan baik. Setiap proses komunikasi melibatkan unsur-unsur komunikasi yang terdapat dalam tipe-tipe dan konteksnya. Tidak ada komunikasi yang berlangsung terlepas dari tipe dan konteks komunikasi.

Beberapa pandangan mengenai tipe-tipe komunikasi, yaitu

1. Kelompok sarjana komunikasi Amerika yang menulis buku *Human Communication* (2006) membagi komunikasi atas lima macam tipe yakni Komunikasi Antar pribadi (*Intepersonal Communication*), Komunikasi kelompok kecil (*Small Group Communication*), Komunikasi Organisasi (*Organizational Communication*), Komunikasi Massa (*Mass Comunication*) dan Komunikasi Publik (*Public Communication*).
2. Josep A. Devito yaitu komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok kecil, komunikasi massa dan komunikasi publik.
3. R Wayne Pace dalam bukunya *Techniques for Effective Communication* (1979), membagi komunikasi atas empat macam yakni Komunikasi Antar pribadi, Komunikasi Kelompok Kecil, Komunikasi Publik dan Komunikasi Massa.
Berdasarkan pandangan tersebut, maka pemaparan tipe-tipe komunikasi sebagai

berikut ini:

1. Komunikasi Intrapersonal
2. Komunikasi Interpersonal
3. Komunikasi Kelompok
4. Komunikasi Organisasi
5. Komunikasi Massa
6. Komunikasi Publik
7. Komunikasi Politik

Ad. 1. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal merupakan landasan komunikasi antarpribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya. Dalam interaksi, komunikasi intrapribadi melekat pada komunikasi dua-orang, tiga-orang, dan seterusnya, karena setiap individu sebelum berkomunikasi dengan orang lain biasanya berkomunikasi dengan diri-sendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), sekaligus berlangsung proses *encoding* dan *decoding*. Terkadang, individu tidak menyadari aktivitas tersebut, karena

integrasi dalam setiap aktivitas komunikasi yang dilakukan. Kemampuan berkomunikasi dengan diri sendiri dinilai sangat penting, karena menentukan keberhasilan komunikasi dengan orang lain. Artinya pemahaman seseorang terhadap diri sendiri dan sekitarnya, dapat menciptakan komunikasi dengan pihak lain dalam berbagai konteks menjadi lebih efektif. Komunikasi intrapersonal terjadi di dalam masing-masing komunikator (Stacks & Sellers, 1989). Dibutuhkan berbagai bentuk seperti bicara sendiri, bicara batin, interaksi yang dibayangkan, melamun, mendengarkan, dan kesadaran emosional, untuk beberapa nama. Komunikasi intrapersonal dianggap sebagai dasar untuk semua komunikasi dan sumber utama untuk memahami diri kita sendiri dan lingkungan kita (Barker & Edwards, 1980 dalam Honeycutt dkk, 1987).

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi dengan diri sendiri. Ini merupakan dialog internal dan bahkan dapat terjadi saat bersama dengan orang lain sekalipun. Pada komunikasi intrapersonal seringkali mempelajari peran kognisi dalam perilaku manusia. Dalam konteks ini biasanya dilakukan berulang-ulang daripada dengan komunikasi lainnya. Unikny lagi, komunikasi intrapersonal mencakup dimana kita bisa membayangkan, melamun, mempersepsikan dan memecahkan masalah dalam pikiran kita. (West and Turner, 2009: 34) Joseph De Vito mengemukakan bahwa Komunikasi interpersonal adalah: *"interpersonal communication is defined as communication that takes place between two persons who have a clearly established relationship; the people are in some way connected."* (DeVito, 1992:11). Tipe komunikasi intrapersonal merupakan proses berpikir, yaitu ketika secara sadar seseorang dengan sengaja mengirimkan informasi pada diri sendiri untuk menganalisis sebuah peristiwa, peristiwa, fakta dan data dan mengambil sikap atau keputusan. Hal tersebut dilakukan untuk memecahkan masalah, berinteraksi atau menemukan alasan atau sebab akibat dari sebuah peristiwa. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap-muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*) yang melibatkan hanya dua orang. Menurut Rakhmat, komunikasi intrapersonal adalah proses pengolahan informasi. Proses ini melewati empat tahap: sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. (Rakhmat, 2009: 49).

Ad. 2. Komunikasi Interpersonal

Salah satu tipe komunikasi adalah komunikasi antarpribadi atau (Intersonal Communication) yaitu komunikasi yang berlangsung diantara duaorang atau lebih yang mempunyai hubungan yang dekat. Komunikasi antarpribadi melibatkan komunikasi dalam konsteks yang melibatkan emosional dan dinamika personal. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang – orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menanggapi reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun nonverbal (Mulyana, 2009). Komunikasi antarpribadi juga didefinisikan sebagai komunikasi yang terjadi diantara dua orang yang mempunyai hubungan yang terlihat jelas diantara mereka, misalnya percakapan seseorang ayah dengan anak, sepasang suami istri, guru dengan murid, dan lain sebagainya. Dalam definisi ini setiap komunikasi baru dipandang dan dijelaskan sebagai bahan – bahan yang teritegrasi dalam tindakan komunikasi antarpribadi (Devito, 1997: 231).

Menurut Pearson, Judy C. Paul E. Nelson, Scott Titsworth, Lynn Harter, *Human Communication*, New york: The McGraw-Hill Companies, 2003, menyebutkan beberapa karakteristik Komunikasi Antarpribadi, yaitu:

1. Komunikasi antarpribadi dimulai dengan diri pribadi (*self*).
2. Persepsi komunikasi yang menyangkut pengamatan dan pemahaman berangkat dari dalam diri kita,
3. Komunikasi antarpribadi bersifat transaksional.
4. Komunikasi antarpribadi mencakup aspek-aspek isi pesan dan hubungan antarpribadi.
5. Maksudnya komunikasi antarpribadi tidak hanya berkenaan dengan isi pesan yang dipertukarkan, tetapi juga melibatkan siapa partner komunikasi kita dan bagaimana hubungan kita dengan partner tersebut,
6. Komunikasi antarpribadi mensyaratkan adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi.
7. Komunikasi antarpribadi melibatkan pihak-pihak yang saling tergantung satu dengan lainnya (*interdependen*) dalam proses komunikasi.
8. Komunikasi antarpribadi tidak dapat diubah maupun diulang.

Ad. 3. Komunikasi kelompok

Salah satu tipe komunikasi adalah komunikasi kelomp, dimana anggota kelompok dalam jumlah kecil atau dapat diidentifikasi karakteristik setiap anggota. Artinya sesame

anggota kelompok saling mengenai dan berinteraksi satu dengan lainnya secara konstinyu. Semakin sedikit jumlah anggota kelompok, maka komunikasi antar anggota kelompok semakin mudah teridentifikasi. Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok “kecil” seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi dan sebagainya (Anwar Arifin, 2006).

Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Menurut **Brilhart dan Galanes** (1998), yang dimaksud dengan komunikasi kelompok kecil adalah proses menggunakan pesan-pesan untuk menghasilkan makna yang sama dalam sebuah kelompok kecil manusia. Komunikasi kelompok kecil merupakan salah satu bagian dari komunikasi interpersonal (Pearson, 2011: 20). Komunikasi kelompok adalah suatu studi tentang segala sesuatu yang terjadi pada saat individu-individu berinteraksi dalam kelompok kecil dan bukan deskripsi mengenai bagaimana seharusnya komunikasi terjadi, serta bukan pula sejumlah nasehat tentang cara-cara bagaimana yang harus ditempuh. (Goldberg dan Larson, 2006: 6)

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut (Deddy Mulyana, 2005). Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

Proses komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tetap muka, di mana anggota-anggotanya saling berinteraksi satu sama lainnya. Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan yang bersama (adanya saling ketergantungan), mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut, meskipun setiap anggota boleh jadi punya peran yang berbeda. Dengan demikian komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil (small group

communication), jadi bersifat tatap-muka. Umpan balik (feedback) dari seorang peserta komunikasi kelompok masih bisa diidentifikasi dan ditanggapi langsung oleh peserta lainnya.

Dan B. Curtis, James J. Floyd, dan Jerril L. Winsor (2005: 149) menyatakan komunikasi kelompok terjadi ketika tiga orang atau lebih bertatap muka, biasanya di bawah pengarahan seorang pemimpin untuk mencapai tujuan atau sasaran bersama dan mempengaruhi satu sama lain. Lebih mendalam ketiga ilmuwan tersebut menjabarkan sifat-sifat komunikasi kelompok sebagai berikut:

1. Kelompok berkomunikasi melalui tatap muka;
2. Kelompok memiliki sedikit partisipan.
3. Kelompok bekerja di bawah arahan seseorang pemimpin;
4. Kelompok membagi tujuan atau sasaran bersama;
5. Anggota kelompok memiliki pengaruh atas satu sama lain

Ad. 4 Komunikasi organisasi

Komunikasi pada level organisasi diperlukan untuk memelihara proses dan arus komunikasi dalam sebuah organisasi. Komunikasi dalam sebuah organisasi menjadi energi untuk menciptakan kerja sama dan saling memahami diantara anggota organisasi. Komunikasi (organizational communication) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Oleh karena itu, organisasi dapat diartikan sebagai kelompok dari kelompok-kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpersonal, dan ada kalanya juga komunikasi publik.

Goldhaber (1986) memberikan definisi komunikasi organisasi berikut, "organizational communicating messagers within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty". Definisi tersebut lebih menekankan pada aspek fungsional (objektif). Sedangkan bila dilihat dari perspektif interpretatif (subjektif), komunikasi organisasi dipandang sebagai proses penciptaan makna atas interaksi dalam organisasi. Komunikasi organisasi merupakan perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses bertransaksi, serta sekaligus memberi makna atas apa yang terjadi (Pace & Faules, 2001: 31-33). Greebaum

dalam Arni (2001:67) mengatakan bahwa bidang komunikasi organisasi termasuk arus komunikasi formal dan informal dalam organisasi. Ia membedakan komunikasi internal dengan eksternal dan memandang peranan komunikasi terutama sekali sebagai koordinasi pribadi dan tujuan organisasi dan masalah menggiatkan aktivitas.

Komunikasi organisasi adalah komunikasi antara orang-orang dalam jabatan (posisi) yang berada dalam organisasi tersebut. Komunikasi organisasi meliputi komunikasi interpersonal (percakapan antara atasan dan bawahan), komunikasi publik (presentasi yang dilakukan oleh para eksekutif dalam perusahaan), komunikasi kecil (komunikasi antara rekan kerja dalam satu unit), dan komunikasi dengan menggunakan media (West & Turner, 2012: 38) Komunikasi organisasi adalah pengiriman (sending) dan penerimaan (receiving) berbagai pesan organisasi di dalam kelompok di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Bila organisasi semakin besar dan kompleks maka akan mengakibatkan semakin kompleks pula proses komunikasinya. Komunikasi organisasi sangat urgen sifatnya dan dibutuhkan untuk mengelola proses dan arus komunikasi dalam sebuah organisasi agar iklim dan budaya organisasi dapat berjalan dengan lancar.

Ad. 5 Komunikasi Massa

Media massa merupakan saluran komunikasi yang banyak digunakan untuk kepentingan-kepentingan politik. Hal tersebut dikarenakan sifat media massa yang dapat mengangkut pesan-pesan (informasi dan citra) secara masif dan menjangkau khalayak atau publik yang jauh, beragam, serta terpencar luas. (Wahid, 2016: 46) Rivers, Jensen, dan Peterson (2003: 18) menyatakan bahwa media mampu menyampaikan serta menjangkau khalayak dalam jumlah yang sangat besar dan serentak. Media merupakan pranata sosial yang kehadirannya membawa manfaat bagi masyarakat secara luas. (Wahid, 2016: 44)

Media adalah organisasi yang mandiri dan mapan, baik dari segi modal maupun idealisme. Media mampu menciptakan kebebasan sekaligus kontrol serta menyediakan beragam bentuk informasi. Media telah menjadi sarana transformasi informasi paling sukses dan aktif pada era informasi dalam berbagai sektor. Media massa mampu mengonstruksi sebuah realitas yang mempunyai nilai positif dan negatif, memberikan

informasi yang digunakan untuk me- nilai sebuah realitas, bahkan mampu membentuk rasa suka atau benci seseorang, sebuah kelompok, massa, dan negara terhadap individu, kelompok, negara, dan masyarakat internasional. (Wahid, 2016: 50)

DeFleur dan Dennis (1985) mengartikan komunikasi massa sebagai proses komunikasi yang ditandai oleh penggunaan media bagi komunikatornya untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan terus-menerus diciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda-beda melalui berbagai cara. Sementara Ruben (1992), mendefinisikan komunikasi massa sebagai suatu proses di mana informasi diciptakan dan disebarkan oleh organisasi untuk dikonsumsi khalayak. Dennis McQuail mengatakan bahwa komunikator dalam komunikasi massa bukanlah satu orang melainkan sebuah organisasi formal. Komunikasi massa menciptakan pengaruh secara luas dalam waktu singkat kepada banyak orang serentak (Denis McQuail, 2011:32). Menurut Gerbner (1967), seorang ahli komunikasi, "*Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*" (Rakhmat, 2003: 188).

Elizabeth N. Neumann mengidentifikasi ciri komunikasi massa sebagai berikut:

1. Bersifat tidak langsung. Pesan-pesan komunikasi massa sampai ke khalayak harus melalui media teknis.
2. Proses komunikasi massa bersifat satu arah, tidak ada interaksi antara peserta komunikasi (media dan khalayak).
3. Pesan-pesan komunikasi massa bersifat terbuka untuk publik yang tidak terbatas dan anonim.
4. Mempunyai publik atau khalayak yang tersebar.

Adapun ciri-ciri komunikasi massa adalah sebagai berikut:

1. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga
2. Komunikasi dalam komunikasi massa bersifat heterogen
3. Pesannya bersifat umum
4. Komunikasi berlangsung satu arah
5. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan
6. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis
7. Komunikasi massa dikontrol oleh gate keeper

Terdapat beberapa jenis-jenis media massa yang dikenal oleh masyarakat selama ini, yaitu:

1. Media Cetak, seperti: Majalah, Koran, Surat Kabar dll.
2. Media Elektronik, seperti: Radio, TV, Film atau Video dll.
3. Media Online, seperti: Media Sosial, Website, Portal Berita, Blog dll.

Ad. 6 Komunikasi Publik

Komunikasi publik (*public communication*) adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah atau kuliah umum. Beberapa pakar komunikasi menggunakan istilah komunikasi kelompok besar (*large group communication*) untuk komunikasi ini. Komunikasi Publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kemampuan menghadapi sejumlah orang besar.

Komunikasi publik berbeda dengan komunikasi antarpribadi yang melibatkan pihak-pihak yang sama-sama aktif. Dalam komunikasi publik umumnya yang terjadi adalah satu pihak aktif yaitu komunikator dan pihak lainnya yaitu khalayak/pendengar cenderung pasif. Umpan balik yang diberikan terbatas, terutama umpan balik bersifat verbal. Umpan balik nonverbal lebih jelas diberikan orang-orang yang duduk di jajaran depan, karena merekalah yang paling jelas terlihat. Sesekali pembicara menerima umpan balik bersifat serempak, seperti tertawa atau tepuk tangan. Kondisi ini merupakan dampak dari proses komunikasi yang memberi ruang yang lebih dominan kepada komunikator dibandingkan khalayak.

Paradigma bahwa komunikator lebih dominan sebagaimana dalam proses komunikasi sebelum munculnya media berbasis internet dan sosial media nampaknya telah bergeser menjadi lebih seimbang, atau bahkan khalayak dengan kekuatan sosial media mampu mendominasi proses komunikasi dan perdebatan isu. Pemegang dominasi pesan bukan lagi komunikator dalam perspektif media konvensional, melainkan di era digital, komunikator utama sebagai sumber informasi, harus terbuka dengan berbagai kemungkinan baru dari khalayak. Khalayak lebih bebas, berani dan spontan dalam memberikan komentar mereka terkait proses komunikasi yang berlangsung.

Pada level komunikasi publik perlu upaya yang lebih besar untuk mengupayakan pesan dapat diterima oleh publik. Publik adalah khalayak dalam jumlah tertentu dan cenderung berasosiasi pada isu tertentu. Komunikasi publik diartikan sebagai kegiatan memahami, merancang, menerapkan, dan mengevaluasi kampanye komunikasi yang berhasil dalam sebuah kerangka kerja untuk melayani kepentingan umum. Program-program dalam komunikasi publik menggunakan komunikasi untuk menginformasikan atau mempersuasi, membangun hubungan, dan untuk mendorong dialog terbuka dalam organisasi atau komunitas terhadap solusi jangka panjang.

Menurut Dennis Dijkzeul dan Markus Moke (2005), komunikasi publik didefinisikan sebagai kegiatan dan strategi komunikasi yang ditujukan kepada khalayak sasaran. Adapun tujuan komunikasi publik adalah untuk menyediakan informasi kepada khalayak sasaran dan untuk meningkatkan kepedualian dan mempengaruhi sikap atau perilaku khalayak sasaran. Dalam komunikasi publik, sumber menyesuaikan pesan yang dikirimkan kepada penerima pesan dalam rangka untuk mencapai pemahaman yang maksimal. Terkadang, secara virtual penerima pesan dapat memahami pesan yang disampaikan oleh sumber pesan atau bahkan tidak mengerti sama sekali (Pearson dkk, 2009: 20).

Beberapa ciri komunikasi publik adalah terjadi di tempat umum (publik).

1. Komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, *public speaking*, dan komunikasi khalayak (*audience communication*).
2. Suatu proses di mana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak lebih besar.
3. Berlangsung secara tatap muka.
4. Penyampaian pesan berlangsung secara kontinu.
5. Dapat diidentifikasi siapa yang berbicara (sumber) dan siapa pendengarnya.
6. Interaksi antara sumber dan penerima sangat terbatas, sehingga tanggapan balik juga terbatas.
7. Waktu yang digunakan sangat terbatas, dan jumlah khalayak relatif besar.
8. Sumber sering kali tidak dapat mengidentifikasi satu per satu pendengarnya.
9. Pesan yang disampaikan tidak berlangsung secara spontan, tetapi terencana dan dipersiapkan lebih awal.

Ad. 7 Komunikasi Politik

Dasar perkembangan komunikasi politik adalah Teori dan Model Harold Lasswell yaitu dan Who gets what, when, and how, dan propaganda. Harold Lasswell

mendefinisikan Komunikasi Politik adalah “Siapa mendapatkan/memperoleh apa, kapan, dan bagaimana memperolehnya.” Artinya, dalam proses politik, kekuasaan berkaitan dengan siapa yang memperoleh kekuasaan tersebut, kapan mereka memperolehnya, dan bagaimana cara memperolehnya. Kekuasaan bukan sesuatu yang didapat dengan mudah. Aktor politik yang memperoleh kekuasaan mempunyai alasan yang kuat memperolehnya dan mempunyai kapasitas yang memadai untuk kekuasaan tersebut. Sedangkan David Easton yang dikenal dengan Teori *Authoritative allocation of values*, menyatakan bahwa komunikasi politik adalah kekuasaan yang diperoleh seseorang atau kelompok tertentu, di dalamnya meliputi wewenang dan kapasitasnya. Artinya, jika memperoleh atau mempunyai kekuasaan, seseorang tersebut sekaligus mempunyai wewenang dan kapasitas berdasarkan kekuasaan yang dimiliki. (Wahid, 2016: 10)

Komunikasi politik berlangsung dalam peristiwa dan aktivitas politik yang berlangsung dalam sebuah negara untuk mengelola kekuasaan yang dimiliki oleh eksekutif, legislative dan yudikatif untuk pengembangan kesejahteraan masyarakat sebuah negara. Dalam aktivitas politik terdapat partai politik sebagai representative masyarakat/rakyat yang dalam pemilu memberikan kepercayaan menjadi representatif mereka mendukung pengelolaan negara yang baik. Miriam Budiardjo (1982) memahami komunikasi politik sebagai salah satu fungsi partai politik, yaitu menyalurkan aneka ragam pendapat dan aspirasi masyarakat serta mengaturnya sedemikian rupa, penggabungan kepentingan (*interest aggregation*) dan perumusan kepentingan (*interest articulation*) untuk diperjuangkan menjadi kebijakan politik.

McNair (2005) memberi batasan atau definisi komunikasi politik, antara lain:

1. Semua bentuk komunikasi yang digunakan oleh politikus dan aktor atau pelaku politik lainnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
2. Komunikasi yang disampaikan oleh aktor atau pelaku politik nonpolitikus, seperti pemilih (*voters*) dan kolumnis.
3. Komunikasi mengenai para aktor atau pelaku politik dan aktivitasnya, seperti pada berita, editorial, dan bentuk lainnya dari media politik. Dalam *An Introduction to Political Communication* (2005: 4-5).

McNair menjelaskan bahwa kajian komunikasi politik mempunyai tiga elemen, yaitu:

1. *Political organizations* yang terdiri atas partai politik, organisasi publik, *pressure group*, *terrorist organizations*, dan *governments*.
2. Media dan
3. Masyarakat (*citizens*).

Lebih lanjut, Dan Nimmo sebagai tokoh Komunikasi Politik dan Propaganda dalam buku *Political Communication and Public Opinion in America* (1978: 7) menegaskan bahwa "... *Political Communication (activity) consider political by virtue of its consequences (actual and potential) which regulate human conduct under conditions of con ict*". Kegiatan komunikasi yang dianggap komunikasi politik didasarkan pada konsekuensinya (aktual maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia dalam kondisi kon ik. Cakupannya terdiri atas komunikator (politikus, profesional, aktivis), pesan, persuasi, media, khalayak, dan akibat. (Wahid, 2016: 16)

Beragam bentuk komunikasi politik mencirikan bahwa proses komunikasi politik membutuhkan aktivitas yang beragam dan melibatkan banyak kepentingan. Anwar Arifin (2003) menyatakan bahwa terdapat berbagai bentuk komunikasi politik yang biasa dilakukan oleh politikus, profesional, dan aktivis untuk mencapai tujuan politiknya dalam upaya mencari, menjaga, serta meningkatkan dukungan atau legitimasi politik, yang meliputi tiga tingkatan: pengetahuan, sikap, dan perilaku khalayak. Bentuk-bentuk komunikasi politik yang dilakukan berkaitan dengan matriks sosial dan sistem politik serta komunikasi yang berlaku pada suatu negara atau organisasi. Negara melahirkan kebijakan berupa undang-undang dan aturan-aturan yang mendukung keragaman bentuk komunikasi politik. Adapun beberapa bentuk komunikasi politik yang telah dikenal dan dilakukan oleh para politikus, yaitu:

1. Retorika Politik.
2. Agitasi Politik.
3. Opini Publik
4. Propaganda Politik.
5. *Public Relations* Politik.
6. Lobby Politik.
7. Kampanye Politik.
8. Pemasaran Politik.
9. Digital Politik
10. *Branding* dan Promosi Politik.
11. Penelitian Politik (Survey, Quick Count, Polling, dll) (Wahid, 2016)

B. Konteks Komunikasi

Komunikasi selalu berlangsung dalam setting dan konteks tertentu. (Nimmo (1978) dalam Wahid, 2016) konteks peristiwa mengitari sebuah peristiwa dan pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Artinya tidak mungkin sebuah peristiwa berlangsung tanpa dapat dijelaskan konteks komunikasinya. Kita dapat mengamati peristiwa-peristiwa yang berlangsung, nilai-nilai sosial budaya, agama, ideologi, dan ekonomi menjadi latar sebuah peristiwa. Dapat diumpamakan konteks dalam sebuah tindakan komunikasi seperti *'Tubuh dengan kulitnya.'* Konteks komunikasi berbentuk masam-macam seperti lingkungan fisik, sosial, kronologis, dan variabel-variabel budaya yang mengelilingi suatu proses komunikasi. Untuk menjadi komunikator yang efektif maka kita harus memiliki pemahaman atas konteks dari komunikasi yang sedang kita lakukan. Peristiwa atau perilaku komunikasi lebih dapat dipahami maknanya secara teoat, jika konteks dari peristiwa tersebut juga terpahami.

Pemanfaatan teknologi komunikasi menjadi konteks sebuah program atau peristiwa dikemas ddan disajikan dneгна karakteristik masing-masing. Kita dapat membayangkan dengan jelas bagaimana di Era belum ada internet, sosial media dan digital, maka sangat jauh. Kedaannya dneгна saat ini, telah terjadi banyak peristiwa dan kasus-kasus di tengah masyarakat yang menjelaskan bahwa konteks ternyata menentukan kelanjutan dari proses komunikasi yang berlamhsung. Konteks komunikasi lain dapat dirancang berdasarkan kriteria tertentu, misalnya berdasarkan derajat keterlibatan teknologi dalam komunikasi. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante membandingkan tiga cara (*mode*) komunikasi antara komunikasi antarpribadi, komunikasi media, dan komunikasi massa. (Cassata dan. Asante: 1979 dalam Mulyana, 2017))

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik). Meskipun khalayak ada kalanya menyampaikan pesan kepada lembaga (dalam bentuk saran-saran yang sering tertunda), proses

komunikasi didominasi oleh lembaga, karena lembaga lah yang menentukan agendanya. Komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, dan komunikasi organisasi berlangsung juga dalam proses untuk mempersiapkan pesan yang disampaikan media massa.

Komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa-sosial, melainkan dalam konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks disini berarti semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi, yang terdiri dari: pertama, aspek bersifat fisik seperti iklim, cuaca, suhu udara, bentuk ruangan, warna dinding, penataan tempat duduk, jumlah peserta komunikasi, dan alat yang tersedia untuk menyampaikan pesan; kedua, aspek psikologis, seperti: sikap, kecenderungan, prasangka, dan emosi para peserta komunikasi; ketiga, aspek sosial, seperti: norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya; dan keempat, aspek waktu, yakni kapan berkomunikasi. Waktu terjadinya komunikasi, merupakan konteks yang dapat membedakan pemahaman peristiwa komunikasi. Konteks komunikasi sekaligus mendorong perilaku-perilaku tertentu dari komunikasi yang berlangsung.

Banyak pakar komunikasi mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya. Sebagaimana juga definisi komunikasi, konteks komunikasi ini diuraikan secara berlainan. Istilah-istilah lain juga digunakan untuk merujuk pada konteks (*context*) yang lazim, situasi (*situation*), keadaan (*setting*), arena, jenis (*kind*), cara (*mode*), pertemuan (*encounter*), dan kategori. Menurut Verderber misalnya, konteks komunikasi terdiri dari: konteks fisik, konteks sosial, konteks historis, konteks psikologis, dan konteks kultural. Konteks komunikasi lain dapat dirancang berdasarkan kriteria tertentu, misalnya berdasarkan derajat keterlibatan teknologi dalam komunikasi. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante membandingkan tiga cara (*mode*) komunikasi antara komunikasi antarpribadi, komunikasi media, dan komunikasi massa. (Cassata dan Asante, 1979, lihat Mulyana, 2014:77).

Manusia sebagai bagian dari kehidupan sosial budaya, terikat dengan semua nilai ketentuan dan pranata sosial yang ada. Komunikasi tidak berlangsung dalam suatu ruang hampa-sosial, melainkan dalam suatu konteks atau situasi tertentu. Konteks inilah yang memberi nilai pada tindakan komunikasi. Semua tindakan manusia dilingkupi oleh

konteks dan situasi tertentu, disadari atau pun tidak. Dapat dikatakan bahwa secara luas konteks berarti semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi, yang terdiri dari:

1. Aspek fisik seperti iklim, cuaca, suhu udara, bentuk ruangan, warna dinding, penataan tempat duduk, jumlah peserta dan lain-lain.
2. Aspek psikologis, seperti: sikap, kecenderungan, prasangka, keinginan, dan emosi para peserta komunikasi
3. Aspek sosial, seperti: norma kelompok, nilai sosial, karakteristik budaya atau pranata sosial dalam sebuah sistem sosial.
4. Aspek waktu, yakni kapan berkomunikasi yaitu tindakan atau peristiwa komunikasi berlangsung (hari apa, jam berapa, pagi, siang, sore, malam) (Mulyana, 2014)

Dalam berkomunikasi, memahami pesan sangat penting agar komunikasi dapat diterima dengan baik oleh peserta komunikasi. Ketidaktepatan dalam memahami konteks komunikasi dapat menyebabkan distorsi yang memunculkan kesalahpahaman atau pun konflik. Upaya memahami konteks sangat diperlukan agar peserta komunikasi. Merasa nyaman dan percaya dalam berkomunikasi. Kesalahan muncul karena menyepelekan konteks dan situasi ketika berkomunikasi sehingga memungkinkan komunikasi mengalami kegagalan. Ketepatan dalam memahami konteks juga terkait upaya agar proses yang berlangsung dapat menghasilkan *feedback* sehingga komunikasi dapat berlangsung secara seimbang atau membahagiakan bagi kedua belah pihak, peserta komunikasi

Upaya memahami konteks komunikasi secara tepat juga merupakan usaha untuk berkomunikasi secara efektif. Pada dasarnya setiap orang dapat berkomunikasi sesuai dengan cara dan pengalaman masing-masing, akan tetapi kenyataannya tidak semua orang mampu berkomunikasi secara efektif dan tepat menghasilkan respon yang ditargetkan. Oleh karenanya, salah satu cara agar supaya komunikasi yang dapat dipahami dan diterima sebagai komunikasi dan mampu menghasilkan perubahan sikap (*attitude change*), maka memahami konteks dan situasi komunikasi menjadi sangat penting. Menurut Mc. Crosby Larson dan Knapp, komunikasi yang efektif dapat dicapai dengan mengusahakan ketepatan (*accuracy*) yang paling tinggi derajatnya antara komunikator dan komunikan dalam proses komunikasi. Komunikasi yang efektif hanya

dapat terjadi jika komunikator dan komunikan memiliki persamaan dalam pengertian, sikap dan bahasa.



LATIHAN

1. Sebutkan Tipe-tipe komunikasi, dan apa menjadi alasan pembagian tipe-tipe komunikasi?
2. Sebutkan ciri-ciri komunikasi publik adalah terjadi di tempat umum (publik)?
3. Jelaskan komunikasi intrapersonal dan komunikasi antarpribadi?
4. Sebutkan karakteristik komunikasi antarpribadi!
5. Jelaskan mengenai tipe komunikasi massa dna karakteristiknya?
6. Jelaskan mengenai konteks komunikasi dan aspek apa saja yang memengaruhi proses dan tindakan komunikasi?

Petunjuk Jawaban Latihan

Untuk dapat menjawab pertanyaan latihan tersebut, silahkan saudara membaca materi kegiatan belajar di pertemuan 6, jika belum memahami bacalah buku Pengantar Ilmu Komunikasi yang lain, atau diskusikan dengan teman anda.



RANGKUMAN

Tipe tipe komunikasi menurut Kelompok Sarjana Komunikasi Amerika yang menulis buku *Human Communication* (2006) membagi komunikasi atas lima macam tipe yakni Komunikasi Antar pribadi (*Intepersonal Communication*), Komunikasi kelompok kecil (*Small Group Communication*), Komunikasi Organisasi (*Organizational Communication*), Komunikasi Massa (*Mass Comunication*) dan Komunikasi Publik (*Public Communication*).

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi yang terjadi dengan diri sendiri. Ini merupakan dialog internal dan bahkan dapat terjadi saat bersama dengan orang lain sekalipun. Pada komunikasi intrapersonal seringkali mempelajari peran kognisi dalam perilaku manusia. **Komunikasi antarpribadi** juga didefinisikan sebagai komunikasi yang terjadi diantara dua orang yang mempunyai hubungan yang terlihat jelas diantara mereka, misalnya percakapan seseorang ayah dengan anak, sepasang suami istri, guru dengan murid, dan lain sebagainya. **Komunikasi kelompok** adalah interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. **Komunikasi organisasi** dipandang sebagai proses penciptaan makna atas interaksi dalam organisasi. **Komunikasi massa** sebagai proses komunikasi yang ditandai oleh penggunaan media bagi komunikatornya untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan terus-menerus diciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda-beda melalui berbagai cara. **Komunikasi publik** didefinisikan sebagai kegiatan dan strategi komunikasi yang ditujukan kepada khalayak sasaran. Adapun tujuan komunikasi publik adalah untuk menyediakan informasi kepada khalayak sasaran dan untuk meningkatkan kepedualian dan mempengaruhi sikap atau perilaku khalayak sasaran. Komunikasi selalu berlangsung dalam setting dan kontek tertentu. konteks peristiwa mengitari sebuah peristiwa dan pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Artinya tidak mungkin sebuah peristiwa berlangsung tanpa dapat dijelaskan konteks komunikasinya. Konteks komunikasi lain dapat dirancang berdasarkan kriteria tertentu, misalnya berdasarkan derajat keterlibatan teknologi dalam komunikasi.

REFERENSI

- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik: Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- 2006. *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- Burgoon, Michael. 1978. *Human Communication: A Revision of Approaching Speech (Communication)*. New York. Holt, Rinehart and Winston.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Cet. 13, Raja Grafindo Persada Rajawali Perss, Jakarta
- Easton, David. 1953. *The Political System: An Inquiry into the State of Political Science*. New York: Alfred A. Knopf.
- Devito, A Joseph. 1997. *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta. Professional Book. Hal. 305
- Goldberg Alvin A. dan Carl E. Larson. 2006. *Komunikasi Kelompok, Proses-Proses Diskusi dan Penerapannya*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Honeycutt, M. Jmaes, Christopher M. Mapp, Khaled A. Nasser, and Joyceia M. Banner, *Intrapersonal and Interpersonal Communication and Imagined Interactions*, Link: ED297390-Intrapersonal Communication and Imagined Interaction...<https://eric.ed.gov> › .s
- Lasswell, Harold D. 1927. *Propaganda Technique in the World War*. New York: Peter Smith.
-2006. *Kelompok Proses Diskusi dan Penerapannya*, Jakarta: Universitas Indonesia Press
- Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante. 1979. *Mass Communication: Principles and Practices*. New York: Macmillan
- McNair, Brian. 2005. *An Introduction to Political Communication*. New York: Routledge
- Nimmo, Dan. 1978. *Political Communication and Public Opinion in America*. Santa Monica: Goodyear Publising
- Pearson, P.D. (Ed.). (2002). *Handbook of Reading Research*, Volume 1. New Jersey
- Pearson, Judy C. Paul E. Nelson, Scott Titsworth, Lynn Harter, *Human Communication*, New York: The McGraw-Hill Companies, 2003.
- Pace, R. W. & Faules, D. F. (2006). *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya Rivers,
- William, Jay W. Jensen, Theodore Peterson. 2003. *Media Massa Masyarakat Modern*. Edisi kedua. Kencana Prenada Media Group

Rakhmat, Jalaludin. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Richard West and Lynn. H. Turner, 2009. *Pengantar Teori Komunikasi*, Jakarta: Salemba Humanika

Wahid, Umaimah, 2016. *Komunikasi Politik; Teori, konsep, dan Aplikasi Pada Era Media Baru*, Simbiosis Media, Bandung

Wiryanto. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia

Halik, Abdul, 2013. *Komunikasi Massa*, Buku Daras, Universitas Islam Negeri Alauddin, Alauddin University Press, Makasar. *Repository.uin-alauddin.ac.id > KOMUNIKASI MASSA full.... Diakses Kamis, 2 Agustus 2019 Pukul 10.15 WIB*

MODEL-MODEL KOMUNIKASI

Model komunikasi merupakan upaya mendeskripsi sebuah fenomena dalam proses komunikasi agar memudahkan dalam memahami fenomena tersebut. Konstruksi sederhana untuk menjelaskan fenomena komunikasi di tengah masyarakat. Model dapat membantu pembaca memahami sistem, alur pikir, komponen-komponen dan implikasinya. Oleh karenanya dapat dinyatakan Model secara sederhana bisa dipahami sebagai representasi suatu fenomena, baik nyata maupun abstrak dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting fenomena tersebut. Sebagai suatu gambaran yang sistematis, sebuah model bisa menunjukkan berbagai aspek dari suatu proses.

Model merupakan gambaran informal untuk menjelaskan atau menerapkan teori atau penyederhanaan teori. Fungsi model komunikasi paling tidak bisa melukiskan proses komunikasi, menunjukkan hubungan visual dan membantu dalam menemukan dan memperbaiki kendala komunikasi dalam perspektif teoritik. Model komunikasi merupakan alat untuk menjelaskan atau untuk mempermudah penjelasan komunikasi. Menurut Sereno dan Mortensen (Mulyana. 2001:121), suatu model komunikasi merupakan deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi. Tentu saja deskripsi yang sesuai dengan kecenderungan dan perkembangan pola pikir dan perilaku masyarakat sebagai pelaku komunikasi.

Dalam pengembangan teori komunikasi, model sangat diperlukan agar dapat memahami realitas dengan lebih tepat dan sederhana. Artinya dengan adanya model, maka proses dan sistem serta perilaku komunikasi di tengah masyarakat sesuai dengan tipe dan konteksnya lebih cepat dipahami karena deskripsinya singkat, padat dan akurat. Oleh karenanya dapat ditegaskan bahwa:

"Model adalah representasi sistematis dari suatu objek atau peristiwa dalam bentuk ideal dan abstrak. Dalam komunikasi, model menyediakan kerangka kerja

untuk diskusi masalah dalam proses. Model komunikasi yang baik mengklarifikasi dan menyederhanakan struktur komunikasi, dan menawarkan wawasan baru tentang apa yang hanya dapat dijelaskan” (Mortensen, 1972 dalam Al-Faraghi, 2015)

Era komunikasi berubah seiring dengan perkembangan manusia dan teknologi, model komunikasi pun berkembang, walau model-model yang lama sampai saat ini tetap berlaku, karena fenomena yang digambarkan dalam model komunikasi tersebut masih relevan. Artinya masih dapat digunakan untuk menjelaskan fenomena yang ada. Model tidak dapat terlepas dari fenomena masyarakat, oleh karenanya model didefinisikan sebagai presentasi visual yang mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan menjelaskan berbagai bagian dari suatu proses. Proses komunikasi dimulai dengan transmisi pesan oleh komunikator dan diakhiri dengan umpan balik penerima. Saverin dan James W. Tankard Jr mengatakan model membantu merumuskan teori dan menyarankan hubungan. Model mengimplikasikan penilaian atas relevansi, sekaligus mengandung implikasi teori mengenai fenomena yang diteorikan. Model dapat berfungsi sebagai basis bagi teori yang lebih kompleks, alat untuk menjelaskan teori dan menyarankan cara-cara untuk memperbaiki konsep-konsep. (Mulyana, 2008: 131)

Joseph DeVito menjelaskan setidaknya lima alasan utama mengapa manusia berkomunikasi, yaitu: 1) untuk mempengaruhi orang, 2) untuk membangun/mempertahankan hubungan interpersonal, 3) untuk memperoleh pengetahuan, 4) untuk membantu orang, 5) untuk bermain. (DeVito, 2013: 11). Proses komunikasi bukan hanya persoalan pengiriman pesan kepada khalayak atau peserta komunikasi pada level dan konteks tertentu, melainkan yang lebih dituntut untuk dipahami adalah bahwa semua tindakan komunikasi mengandung maksud atau tujuan. Salah satu fungsi Model komunikasi adalah memperjelas maksud dan tujuan dari tindakan komunikasi dilakukan.

Dennis McQuail setuju dengan gagasan filsuf Amerika John Dewey bahwa komunikasi mengandung lebih dari ikatan verbal antara kata-kata, masyarakat, dan komunikasi. Upaya untuk menempatkan komunikasi ke dalam kerangka yang tepat mengarah pada pengembangan model komunikasi. (Andris Petersons & Ilkhom Khalimzoda, 2016: 424) Sedangkan Aubrey Fisher, mengatakan bahwa model adalah analogi yang mengabstraksikan dan memilih bagian dari keseluruhan, unsur, sifat atau

komponen yang penting dari fenomena yang dijadikan model. Model dapat dikatakan sebagai gambaran informal untuk menjelaskan atau menerapkan teori. Dengan kata lain, model adalah teori yang lebih disederhanakan. (McQuail, 2005: 26).

Gordon Wiseman dan Larry Barker (dalam Mulyana, 2001:123) menjelaskan tiga fungsi model komunikasi yaitu (1) melukiskan proses komunikasi, (2) menunjukkan hubungan visual, dan (3) membantu dalam menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi. Bagi Werner J. Severin dan James W. Tankard, Jr. model membantu merumuskan suatu teori dan menyarankan hubungan. Oleh karena hubungan antara model dengan teori begitu erat, model sering dicampuradukkan dengan teori. Model dapat berfungsi sebagai basis bagi suatu teori yang lebih kompleks, alat untuk menjelaskan teori dan menyarankan cara-cara untuk memperbaiki konsep-konsep. (Mulyana, 2018)

Terdapat banyak model komunikasi yang dikembangkan oleh para teorisi terkemuka dari berbagai disiplin ilmu, diantaranya adalah Aristoteles, Lasswell, Shannon, Weaver, McLuhan, Mxcomb, Garbner, Westley, Gerbner, Schramn, Berlo, Osgood, Johnson, deFleur, DeVito, dan lain-lain. Beberapa model penting dan terkenal dibahas di bawah ini. Padasarkan tujuan dari "model" adalah untuk menawarkan representasi visual dari suatu konsep dengan maksud memfasilitasi pemahamannya. Secara tradisional, ada tiga model standar dari proses komunikasi: *Linear*, *Interactive*, dan *Transactional*, dan masing-masing menawarkan perspektif yang sedikit berbeda pada proses komunikasi.

Empat fungsi atau tujuan berikut yang dilayani oleh model diidentifikasi oleh Gerbner (1956):1)

1. Fungsi pengorganisasian: Sebuah model menunjukkan berbagai elemen atau komponen komunikasi dan menyajikan bagaimana semua ini berhubungan satu sama lain.
2. Fungsi *heuristik*: Ini berarti bahwa model dapat membantu orang untuk mengidentifikasi hipotesis baru untuk diuji dan arahan baru untuk melihat komunikasi.
3. Fungsi prediktif: Ini berarti bahwa dari faktor-faktor yang diketahui dan hubungan dalam suatu model kita dapat membuat beberapa tebakan yang relatif aman tentang perilaku dan hasil.
4. Fungsi pengukuran: Model yang melayani fungsi ini dapat berisi pernyataan eksplisit tentang kepentingan relatif komponen tertentu dan dapat menunjukkan cara spesifik untuk mengukur dimensi komunikasi tertentu. (Hua-Kuo Ho, 2018, <https://files.eric.ed.gov> › fulltext)

Model-model komunikasi dijelaskan berikut ini berdasarkan arus informasi yang terkandung dalam model tersebut.

A. Model Komunikasi Linear/Satu Arah

Komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa, melainkan terjadi dalam sebuah situasi dan konteks tertentu, serta selalu mengandung maksud, tujuan, kepentingan, dan target yang diharapkan. Sebagaimana manusia adalah makhluk sosial, maka konstruksi kehidupan manusia tidak terlepas dari nilai-nilai sosial budaya, politik dan ekonomi. Dalam sebuah peristiwa dan tindakan komunikasi mempunyai '*setting*' situasi dan konteks. Hal tersebut berimplikasi pada makna yang muncul pada saat pesan diterima oleh masyarakat/khalayak pada level apa pun, dimana pun, dan dalam situasi apapun. Salah satunya adalah model komunikasi linear, dimana model komunikasi ini merupakan komunikasi satu arah yang penggunaannya biasanya digunakan dalam berbagai kegiatan yang bersifat intruksional atau penjelasan yang tidak terjadi timbal balik.

Komunikasi linear adalah sebuah proses dan tindakan komunikasi yang memberikan 'kekuatan' yang dominan kepada komunikator, dibandingkan khalayak atau komunikan. Komunikasi linear merupakan suatu proses penyampaian pesan dari seorang komunikator kepada komunikan secara langsung maupun tidak langsung melalui pemanfaatan berbagai media komunikasi. Proses komunikasi berlangsung satu arah saja tanpa terjadi timbal balik terhadap pesan yang disampaikan komunikator. Proses komunikasi ini dikenal dengan proses komunikasi satu arah. Sumber informasi mengirimkan informasi kepada khalayak satu arah, dan tidak memberikan peluang dialog di dalamnya.

Claude E. Shannon dan Warren Weaver menjelaskan bahwa Model linear berasumsi bahwa seseorang hanyalah pengirim atau penerima. Model ini tidak memberikan ruang dialog diantara komunikator/sender dengan khalayak. Konsep penting dalam model ini adalah gangguan (*noise*), yakni setiap rangsangan tambahan dan tidak dikehendaki yang dapat mengganggu kecermatan pesan yang disampaikan. Gangguan ini

selalu ada dalam saluran bersama sebuah pesan yang diterima oleh penerima. (Ruben & Stewart, 2006)

Penjelasan Model-model komunikasi tersebut berguna untuk mengidentifikasi unsur-unsur komunikasi dan bagaimana unsur-unsur tersebut berhubungan satu sama lain. Setiap model-model tersebut memiliki kekhasan masing-masing, kekhasan model dipengaruhi oleh latar belakang keilmuan (pembuat) model tersebut. Selain itu kekhasan model juga dipengaruhi oleh paradigma yang digunakan, kondisi teknologis, dan zaman yang sedang dilalui. Dari sekian banyak model komunikasi yang ada, beberapa model komunikasi yang populer akan dibahas pada paper ini.

Ada sedikit perdebatan tentang model Komunikasi Linear dan bagaimana model ini mengenali (atau tidak mengenali) konsep umpan balik. Perilaku model linier ditentang oleh namanya, di mana pengirim mengkodekan pesan melalui saluran dan pesan diterjemahkan oleh penerima. Ini adalah komunikasi garis lurus yang biasanya ditemukan dalam komunikasi massa; pikirkan televisi, radio, koran, dll. Menurut model ini, tidak ada cara untuk umpan balik segera.

1. Model Stimulus – Respon (S-R)

Salah satu model komunikasi linear adalah Model S-R (Stimulus -Respon). Model komunikasi ini menggambarkan hubungan antara stimulus dan respon. Model S-R merupakan model komunikasi yang paling dasar. Model ini dipengaruhi oleh psikologi, khususnya yang beraliran behavioristik dan juga menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi reaksi yang sangat sederhana. Model S-R mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan-tulisan), isyarat-isyarat nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu.

(Em Griffin, *A First Look at Communication Theory*, McGraw-Hill Companies, 2003: 203) menjelaskan bahwa model S-R menunjukkan bahwa komunikasi sebagai suatu proses “aksi-reaksi” yang sangat sederhana. Model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat nonverbal, gambar dan tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon atas stimuli yang diterima dengan cara tertentu. Pertukaran informasi ini bersifat timbal balik dan mempunyai banyak efek yang dapat mengubah

tindakan komunikasi. Model S-R. Kata-kata verbal (lisan-tulisan), isyarat-isyarat nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu, sekaligus model ini mengabaikan adanya faktor manusia seperti sistem internal individu, dan menganggap bahwa komunikasi itu bersifat statis. Asumsi tersebut menegaskan bahwa, manusia dalam proses komunikasi menurut model S-R adalah bagian dari mekanisme dalam sistem komunikasi.

Proses memiliki sifat timbal-balik (*feed back*) dan mempunyai sangat banyak serta bermacam efek. Setiap efek yang dihasilkan dapat mengubah tindakan komunikasi (*communication act*) pada setiap langkah selanjutnya. Namun pola S-R ini juga dapat berlangsung negatif. Model S-R mengabaikan komunikasi sebagai suatu proses, khususnya yang berkenaan dengan faktor manusia. Terdapat asumsi bahwa perilaku (*respons*) manusia dapat diramalkan. Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi dianggap statis, manusia dianggap berperilaku karena kekuatan dari luar (*stimulus*), bukan berdasarkan kehendak, keinginan, atau kemauan bebasnya.

Model ini menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi reaksi yang sangat sederhana. Model S-R mengabaikan komunikasi sebagai suatu proses, khususnya yang berkenaan dengan faktor manusia. Secara implisit ada asumsi dalam model S-R ini bahwa perilaku (*respons*) manusia dapat diramalkan. Ringkasnya, komunikasi dianggap statis, manusia dianggap berperilaku karena kekuatan dari luar (*stimulus*), bukan berdasarkan kehendak, keinginan, atau kemampuan bebasnya. Model ini lebih sesuai bila diterapkan pada sistem pengendalian suhu udara alih-alih pada perilaku manusia. (Mulyana, 2008)



Gambar 1. Model Komunikasi S-R

Sumber ???

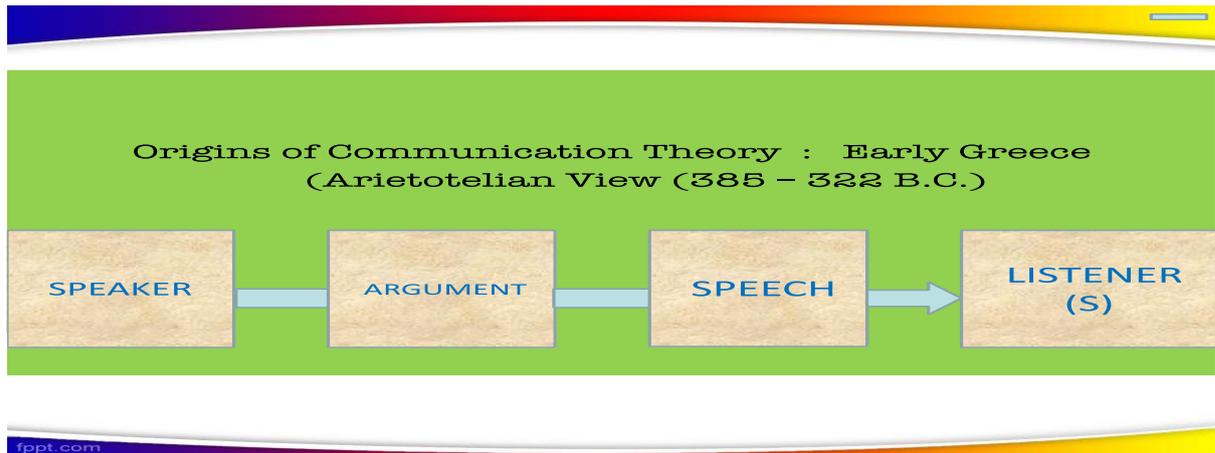
Model S-R adalah model yang menjelaskan bahwa setiap proses dan tindakan komunikasi adalah proses memberikan stimuli atau rangsangan dipengaruhi oleh konteks komunikasi yaitu keadaan sekitar, situasi, rasa takut, konflik, keadaan yang sulit, rasa sakit, situasi emosi, keakraban/intimacy dan lain sebagainya. Stimuli dalam berbagai bentuk yang dikemas oleh komunikator diharapkan dapat diterima oleh khalayak sehingga memunculkan sebuah tindakan atau sikap. Contohnya:

1. Seorang Ibu yang tersenyum dan memberikan pelukan kepada anaknya.
2. Radio menyiarkan berita mengenai kampanye hidup sehat kepada khalayak
3. Kampanye anti narkoba yang disampaikan BNN melalui Televisi
4. Iklan layanan masyarakat Kementerian Kesehatan mengenai anti merokok bagi remaja.
5. Dan lain-lain.

1. Model Aristoteles

Model ini adalah model komunikasi yang paling klasik, yang sering juga disebut model retorik. Model ini sering disebut sebagai seni berpidato. Menurut Aristoteles, persuasi dapat dicapai oleh siapa anda (etos-kerpercayaan anda), argumen anda (logos-logika dalam emosi khalayak). Dengan kata lain, faktor-faktor yang memainkan peran dalam menentukan efek persuasif suatu pidato meliputi isi pidato, susunannya, dan cara penyampainnya.

Aristoteles adalah filosof Yunani, tokoh paling dini yang mengkaji komunikasi, yang intinya adalah persuasi Model Aristoteles adalah model yang paling klasik atau disebut juga model retorik. Oleh karena itu, model ini merupakan penggambaran dari komunikasi retorik, komunikasi publik atau pidato. Aristoteles adalah orang pertama yang merumuskan model komunikasi verbal pertama. Proses komunikasi terjadi ketika ada seorang pembicara berbicara kepada orang lain atau khalayak lain dalam rangka merubah sikap mereka.



Gambar 2: Model Aristoteles

Sumber???

Aristoteles, pembicara memainkan peran kunci dalam komunikasi. Dia adalah orang yang bertanggung jawab penuh atas komunikasi. Pengirim pertama-tama menyiapkan konten yang ia lakukan dengan hati-hati memasukkan kata-katanya dengan tujuan untuk mempengaruhi pendengar atau penerima, yang kemudian akan merespons dengan cara yang diinginkan pengirim. Tidak ada gunanya menebak bahwa konten harus sangat mengesankan dalam model ini untuk meyakinkan audiens atau penerima. Model tersebut mengatakan bahwa pembicara berkomunikasi sedemikian rupa sehingga pendengar dapat dipengaruhi dan merespons sesuai (Aristoteles, 350 SM, bagian 3).

Model Aristoteles mensyaratkan kemampuan komunikator dalam sebuah tindakan komunikasi seperti berdebat, pidato atau forum lainnya. Komunikator harus mempunyai pengetahuan yang mumpuni terkait dengan topik atau isu pembicaraan agar memahami dengan sebaik-baiknya isi pembicaraan. Disamping pengetahuan, komunikator juga disyaratkan untuk mempunyai kecakapan dalam berbicara, tahu dan paham yang dibicarakan, dan siap untuk berdebat atau berargumentasi mengenai topik atau isu pembicaraan. Fokus komunikasi yang ditelaah Aristoteles adalah komunikasi retorik atau publik speaking/pidato, Aristoteles tertarik menelaah sarana persuasi yang paling efektif dalam pidato. (Ruben, 2016)

Persuasi sangat penting dalam proses komunikasi, bahkan kesuksesan komunikasi tergantung kepada kemampuan komunikator dalam melakukan persuasi kepada penerima pesan. Oleh karena itu, penting bagi komunikator mampu mempersuasi sehingga tanpa sadar penerima pesan menyukai dan sepakat dengan pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Aristoteles menjelaskan bahwa persuasi dapat dicapai dengan mempertimbangkan konsep-konsep retorika yaitu (1) Siapa Anda (*etos*-kepercayaan anda), (2) Apa argumen Anda (*Logos*-logika dalam pendapat Anda) dan (3) Dengan memainkan emosi khalayak (*pathos*-emosi khalayak). Menurut Aristoteles retorika adalah *the facult of seeing in any situation the available means of persuasion* yang artinya kemampuan untuk melihat perangkat alat yang tersedia untuk mempersuasi (Syafi'e, 1998). Aristoteles melihat fungsi retorika sebagai komunikasi 'persuasif', meskipun dia tidak menyebutkan hal ini secara tegas. Meskipun begitu, dia menekankan bahwa retorika adalah komunikasi yang sangat menghindari metode yang kohersif. (Arietoteles, 1991)

Salah satu kelemahan model ini adalah bahwa proses komunikasi dipandang sebagai suatu yang statis dan tidak mepedulikan saluran, umpan balik, efek, dan kendala-kendala. Disamping itu, model ini juga berfokus pada komunikasi yang disengaja (komunikator mempunyai keinginan secara sadar untuk merubah sikap orang lain). Pembicara harus sangat berhati-hati dalam memilih kata-kata dalam model komunikasi ini. Dengan kata lain, pikirkan sebelum bertindak, seperti saran DeVito (2013: 20). Pembicara akan mengeksplorasi target audiens dan kemudian mempersiapkan pidatonya.

Model komunikasi Aristoteles adalah model komunikasi yang diterima secara luas dan paling umum di mana pengirim mengirim informasi atau pesan kepada penerima untuk memengaruhi dan membuat mereka merespons dan bertindak sesuai dengan pesan. Model komunikasi Aristoteles adalah ketentuan yang memberikan metode untuk mempeunyai kemampuan berkomunikasi yang tepat, sekaligus mempunyai kemampuan (*skill*) berbicara unggul di depan umum, seminar, ceramah di mana pengirim menegaskan maksudnya dengan merancang konten yang mengesankan, meneruskan pesan ke bagian kedua dan mereka hanya merespons sesuai. Asumsi dasarnya dalam model ini mengenai hubungan antara pengirim dan penerima pesan bertolak belakang, yang mana pengirim adalah anggota komunikasi aktif dan penerima pasif.

3. Model Harold D. Lasswell

Model ini merupakan sebuah pandangan umum tentang komunikasi yang dikembangkan dari batasan ilmu politik yang berupa ungkapan verbal seperti *who say what in which channel to whom with what effect?* Model ini dikemukakan oleh Harold D. Lasswell tahun 1948, yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsi-fungsinya didalam masyarakat. Model Lasswell sering diterapkan dalam komunikasi massa yang

menjelaskan bahwa terdapat lebih dari satu saluran yang dapat membawa pesan. namun, model ini dikritik karena dianggap terlalu menyederhanakan masalah akan, akan tetapi model Lasswell memfokuskan perhatiannya pada aspek-aspek penting komunikasi. Banyak yang mengatakan bahwa model ini merupakan versi verbal dari model Shannon dan Weaver. Model ini melihat komunikasi sebagai transmisi pesan yaitu mengungkapkan isu “efek” dan bukannya “makna”. Efek secara tidak langsung menunjukkan adanya perubahan yang bisa diukur dan diamati pada penerima.

**Lasswells’s View Of Communication (Lasswell’s Model :
1940s,1950s and 1960s)**



Menurut Lasswell, komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan yang dilakukan melalui media kepada *audience* yang menimbulkan efek tertentu. Model komunikasi Lasswell menggambarkan kajian proses komunikasi secara ilmiah yang menitikberatkan elemen-elemen komunikasi. Kelima elemen komunikasi tersebut adalah:

1. **Who** (siapa/sumber) adalah sumber atau komunikator yaitu, pelaku utama komunikasi atau pihak yang memulai suatu komunikasi yaitu individu, kelompok, organisasi, msyarakat maupun sebuah negara sebagai komunikator. Dalam konteks media, terutama media cetak, elektronik dan media online komunikator atau lembaga media.
2. **Says what** (pesan) adalah konten atau isi komunikasi yang hendak disampaikan oleh komunikator kepada khalayak dalam berbagai bentuk atau kemasan, situasi dan kepentingan. Pesan komunikasi dapat disampaikan dengan menggunakan symbol-simbol verbal maupun nonverbal yang mewakili atau merepresentasikan ide, gagasan, nilai, perasaan, pendapat, dan lain-lain.
3. **In which channel** (saluran/media), Medium yang digunakan oleh komunikator untuk mengirimkan pesan oleh komunikator kepada penerima (khalayak), baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalu media cetak/elektronik).

4. **To whom** (siapa/penerima), Seseorang yang menerima pesan, dapat berupa suatu kelompok, individu, organisasi atau suatu Negara yang menerima pesan dari sumber.
5. (**With what effect** (dampak/efek), Dampak atau efek yang terjadi pada khalayak (penerima) setelah menerima pesan dari komunikator/sumber seperti bertambahnya informasi atau pengetahuan, tumbuhnya minat atau keinginan, perubahan sikap dan perilaku. (Ruben & Stewart, 2006)

4. Model Shannon dan Weaver

Model ini dikemukakan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver pada tahun 1949 dalam buku *'The Mathematical Theory of Communication'*. Shannon dan Weaver mendeskripsikan proses komunikasi dalam cara dibawah ini:

“Communication include (s) all the procedures by which one mind may affect another. This, of course, involves not only written and oral speech, but also music, the pictorial arts, the theatre, the ballet, and in fact all human behavior. (Shannon and Weaver, 1998 dalam Ruben dan Stewart, 2006:39) (Komunikasi mencakup semua prosedur” yang dengannya satu pikiran dapat memengaruhi yang lain. Ini, tentu saja, tidak hanya melibatkan perilaku manusia).

Shannon dan Weaver adalah tokoh pertama menghadirkan Model Komunikasi Linier pada tahun 1949, yaitu *'The Mathematical Theory of Communication'*. Model ini terkait dengan pemanfaatan teknologi dalam proses komunikasi. Model ini juga sering disebut model matematis yang memiliki pengaruh paling kuat atas model dan teori komunikasi lainnya. Model Shannon dan weaver ini menyoroti problem penyampaian pesan berdasarkan tingkat kecermatannya. Model Shannon dan Weaver mengamsusikan bahwa sumber informasi menghasilkan suatu pesan untuk dikomunikasikan dari seperangkat pesan yang dimungkinkan pemancar (transmitter) mengubah pesan menjadi suatu sinyal yang sesuai dengan saluran yang digunakan. Saluran (*channel*) adalah medium yang mengirimkan tanda (sinyal) dari transmitter ke peneriam (*receiver*) yakni mekanisme pendengaran melakukan operasi yang sebaliknya dilakukan transmitter dengan merekontruksi pesan dari sinyal sasaran (*destination*) adalah (otak) orang yang menjadi tujuan pesan itu.

Model komunikasi ini dikemukakan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver pada tahun 1949 dalam buku *The Mathematical of Communication*. Menurut Shannon

dan Weaver, komunikasi model linear melibatkan beberapa elemen saja yaitu : *a source, or transmitter of a message, sends a message to a receiver, the recipient of the message. The receiver is the person who makes sense out of the message.* Menurut paradigma ini, komunikan akan memberikan respon sesuai dengan stimulus yang diterimanya dari komunikator. Dalam paradigma ini, komunikan dianggap sebagai makhluk pasif yang menerima apapun yang disampaikan oleh komunikator (West & Turner, 2009:11).

Shannon dan Weaver menjelaskan beberapa elemen dalam model yang dikenal dengan *The Mathematical Theory of Communication'* yaitu:

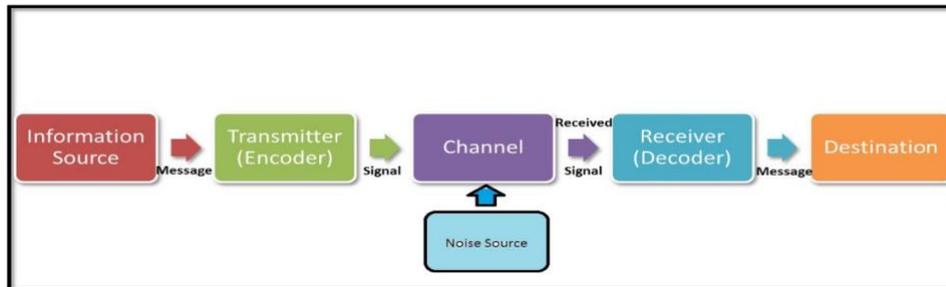
1. Information Source adalah yang memproduksi pesan.
2. Transmitter yang menyandikan pesan dalam bentuk sinyal.
3. Channel adalah saluran pesan
4. Receiver adalah pihak yang menguraikan pesan dari sinyal.
5. Destination adalah dimana pesan sampai. ((Ruben & Stewart, 2006: 39)

Suatu konsep penting dalam model ini adalah gangguan (*noise*), menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi proses komunikasi. Selalu terdapat kemungkinan adanya rangsangan tambahan dan tidak dikehendaki yang dapat mengganggu kecermatan pesan yang disampaikan. Salah satu konsep lainnya adalah redundansi serta keseimbangan yang diperlukan diantara keduanya untuk menghasilkan model yang sering disebut model matematis. Konsep lainnya adalah teori informasi yang melukiskan suatu sumber yang menyandi atau menyiptakan pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran kepada seorang penerima. (Ruben & Stewart, 2006: 40)

Dalam model ini pengirim adalah pencetus pesan atau sumber informasi memilih pesan yang diinginkan. Encoder adalah pemancar yang mengubah pesan menjadi sinyal (Shannon & Weaver, 1948: 380).

“Jika pesan terganggu oleh *noise*, akan mempengaruhi aliran komunikasi antara pengirim dan penerima. Selama proses prosestransmisi, pesan-pesan mungkin teralihkan atau dipengaruhi oleh kebisingan fisik seperti suara, suara Guntur dan keramaian, atau sinyal-sinyal yang dikodekan dapat mengganggu saluran yang mempengaruhi aliran komunikasi atau penerima mungkin tidak menerima pesan yang benar. Temuan terbaru Joseph DeVito, yang membagi kebisingan menjadi empat bagian: *kebisingan fisik, kebisingan fisiologis, kebisingan psikologis dan kebisingan semantik* (DeVito, 2013: 8), model Shannon dan Weaver jelas berurusan dengan suara-suara eksternal yang mempengaruhi pesan atau sinyal. Dari sumber eksternal. Model ini membantu kita untuk memahami komponen,

peran dan struktur komunikasi mereka. (Andris Petersons & Ilkhom Khalimzoda, 2016: 425-42).



Gambar ???Shannon and Weaver's 'mathematical model' describes communication as a linear, one-way process (1949)

Sumber???

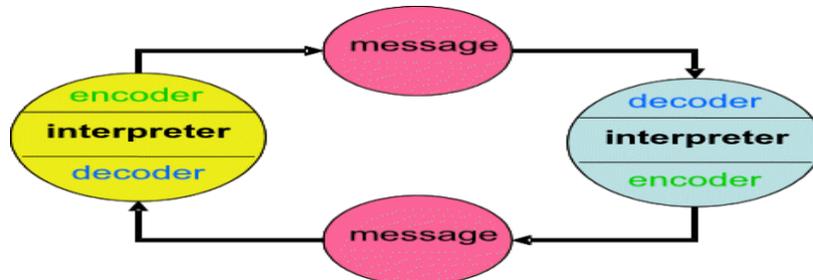
B. Model Komunikasi Sirkuler/Dua Arah

1. Model Wilbur Schramm

Model ini diperkenalkan oleh Wilbur Schramm (1954) yang mengkonseptualisasikan model ini sebagai proses komunikasi dua arah oleh dua (atau lebih) komunikator. Menurut Schramm (1954), komunikasi senantiasa membutuhkan setidaknya tiga unsur, yaitu sumber (*source*), pesan (*message*) dan sasaran (*destination*). Sumber boleh jadi seorang individu (berbicara, menulis, menggambar, memberi isyarat) atau suatu organisasi komunikasi (seperti penerbit, stasiun televisi, atau studio film). Pesan dapat berbentuk tinta pada kertas, gelombang suara di udara, impuls dalam arus listrik, lambaian tangan, bendera di udara atau setiap tanda yang dapat ditafsirkan. Sasarannya mungkin seorang individu yang mendengarkan, menonton atau membaca, atau anggota suatu kelompok seperti kelompok diskusi, kumpulan penonton sepak bola, atau khalayak media massa (Mulyana, 2011:151:152).

Model Komunikasi Sirkuler atau yang disebut Komunikasi Dua Arah merupakan lanjutan dari pendekatan komunikasi satu arah. Pada model komunikasi dua arah diperkenalkan gagasan tentang umpan balik (*feedback*). Dalam model ini, penerima (*receiver*) melakukan seleksi, interpretasi dan memberikan respon terhadap pesan dari pengirim (*sender*). Komunikasi dalam model ini dikatakan dua arah dimana setiap

partisipan memiliki peran ganda, dalam arti pada suatu saat bertindak sebagai sender, namun pada suatu waktu yang lain berlaku sebagai *receiver* (Fajar, 2009:120).



Gambar?? Model Sirkular Schramm

Sumber???

Model ini, Schramm melihat komunikasi menjadi usaha yang bertujuan untuk menciptakan suatu *commonness* antara komunikator dan komunikannya. Schramm mencoba memperkenalkan konsep *field of experience*, mempunyai peran yang sangat penting dalam penentuan apakah komunikasi nantinya diterima oleh komunikan. Schramm memperkenalkan konsep *field of experience*. Pengalaman peserta komunikasi sangat menentukan proses komunikasi, termasuk dalam proses penciptaan pesan dan penerimaan pesan. Jika komunikator dan komunikan mempunyai pengalaman yang berbeda, maka hal tersebut akan menyebabkan pemahaman yang berbeda karena terbuka untuk diinterpretasikan secara berbeda karena pengalaman peserta komunikasi yang juga berbeda. Namun, jika peserta komunikasi mempunyai pengalaman yang sama, pesan mempunyai peluang yang besar dapat diinterpretasikan dengan tepat. (Ruben & Stewart, 2006: 41)

Transactional Communication Model

Model Transaksional menjadi lebih canggih. Model ini menggambarkan interaksi tatap muka, atau "transaksi" sebagai proses yang dinamis dan dapat berubah yang tidak terbatas pada definisi sederhana. Dalam Model Transaksional, penerima dan pengirim dapat memainkan peran yang sama secara bersamaan, seperti yang kadang terjadi, karena pesan dapat dikirim bolak-balik secara bersamaan. Proses pengiriman dan

penerimaan pesan yang berlangsung secara terus menerus dalam sebuah episode komunikasi. Kata transaksi selalu mengacu pada proses pertukaran dalam suatu hubungan.

Model komunikasi transaksional berarti proses yang terjadi bersifat kooperatif, pengirim dan penerima sama-sama bertanggung jawab dampak dan efektivitas komunikasi yang terjadi. Dalam model ini komunikasi hanya dapat dipahami dalam konteks hubungan (*relationship*) antara dua orang atau lebih. Pandangan ini menekankan bahwa semua perilaku adalah komunikatif, tidak ada satupun yang tidak dapat dikomunikasikan, komunikasi merupakan upaya untuk mencapai kesamaan makna dan membangun kesadaran bahwa antara pesan satu dengan pesan yang lain saling berhubungan, saling ketergantungan. Komunikasi berlangsung terus menerus, dan peserta komunikasi akan berurusan dengan elemen verbal dan nonverbal.

Dalam konteks tersebut terjadi apa yang dinamakan negosiasi makna, tidak ada makna tunggal, makna yang paling benar, yang ada adalah makna yang dihasilkan berdasarkan hasil negosiasi antara peserta komunikasi. Ketika dua orang atau beberapa orang yang berkomunikasi, saling bertanya, berkomentar, menyela, mengganggu, menggeling, mendehem, mengangkat bahu, memberi isyarat dengan tangan, tersenyum, tertawa, menatap, dan sebagainya, sehingga proses penyandian (*encoding*) dan penyandian-balik (*decoding*) bersifat spontan dan simultan di antara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi. Semakin banyak orang yang berkomunikasi, semakin rumit transaksi komunikasi yang terjadi. Karena akan terdapat lebih banyak peran, hubungan yang lebih rumit, dan lebih banyak pesan verbal dan nonverbal, serta peluang interpretasi terhadap pesan semakin beragam, itu artinya terbuka peluang muncul makna yang berbeda atas pesan dan proses komunikasi yang dihasilkan oleh peserta komunikasi.

2. Model Komunikasi Theodore Newcomb

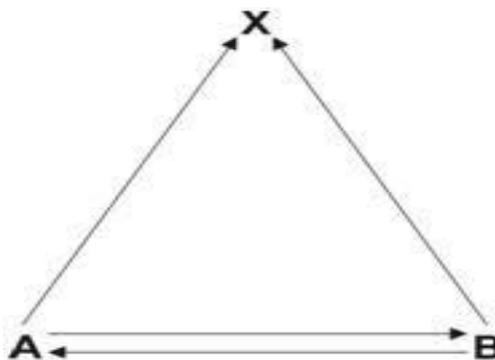
Theodore Newcomb (1953) melihat komunikasi dari kacamata psikologi sosial. Model tersebut hampir sama dengan diagram jaringan kelompok yang dibuat oleh para psikolog sosial dan merupakan formulasi awal mengenai konsistensi kognitif. Model komunikasi tersebut sering juga disebut model ABX atau model Simetri-Newcomb yang

menggambarkan bahwa seorang A menyampaikan informasi kepada B, mengenai sesuatu X. Dimana A = Source, B= Receiver, dan X = Object/konsep. Model Newcomb merupakan salah satu model yang memperkenalkan kita pada bentuk yang berbeda. Model ini berbentuk segitiga, namun signifikansi utama model ini terkait kenyataan bahwa model memperkenalkan para peran komunikasi dalam suatu masyarakat atau dalam relasi sosial. Model bertujuan menjaga keseimbangan dalam sistem sosial. (Rahim, 2009)

Dalam model ini lebih mengedepankan bahwa suatu orientasi A (sikap) terhadap B dan terhadap X saling berhubungan dan bergantung, dan ketiganya merupakan suatu sistem yang terdiri dari empat orientasi, yaitu:

1. Orientasi A terhadap X, yang menjelaskan bahwa sikap terhadap X sebagai objek yang harus didekati maupun dihindari dan atribut kognitif (kepercayaan dan tatanan kognitif)
2. Orientasi A terhadap B, dalam pengertian yang sama
3. Orientasi B terhadap X
4. Orientasi B terhadap A (Mulyana, 2007:154-155).

Model Newcomb



Dalam model Newcomb, komunikasi adalah cara lazim dan efektif yang memungkinkan orang-orang mengorientasikan diri terhadap lingkungan mereka. Model

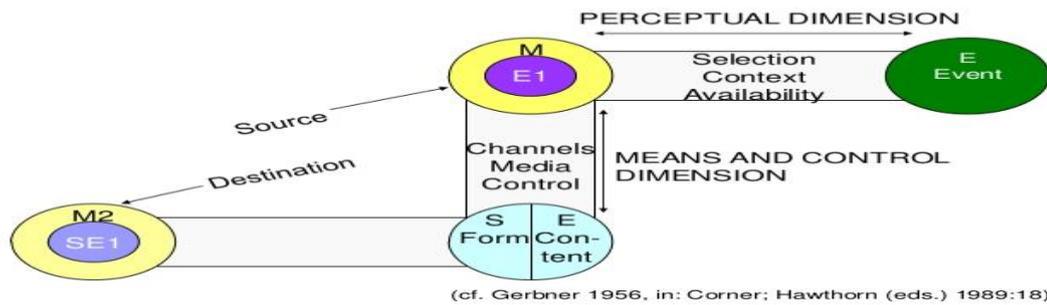
ini juga dikenal sebagai teori keseimbangan. “*AutoBrex situation*” nantinya akan memunculkan 6 (Enam) konteks yang terjadi, sebagai berikut:

- a) Hal ini timbul dalam situasi dimana A dan B saling berhubungan tertarik/suka dan mereka memiliki sikap yang sama terhadap X (*Balance*).
- b) Hal ini timbul dalam situasi komunikasi dimana A dan B saling berhubungan tertarik/suka sama lain namun mereka tidak sependapat tentang X (*Imbalance*).
- c) Hal ini timbul dalam situasi komunikasi dimana A dan B saling berhubungan tertarik/suka sama lain dan mereka sama-sama tidak suka terhadap X (*Balance*)
- d) Hal ini timbul dalam situasi komunikasi dimana A dan B tidak memiliki positive attitude (tidak saling suka diantaranya) namun dalam hal lain mereka sama-sama menyukai X (*Imbalance*).
- d) Hal ini timbul dalam situasi komunikasi dimana A dan B sama-sama memiliki negative attitude sekaligus dalam hal ini mereka memiliki pandangan yang berbeda terhadap X (*Balance*).
- e) Hal ini timbul dalam situasi komunikasi dimana A dan B sama-sama tidak suka satu sama lain namun dalam hal ini mereka juga sama-sama tidak ada rasa suka terhadap X (*Imbalance*).

3. Model George Gerbner

Model dari Gebner lebih kompleks dibandingkan model dari Shannon dan Weaver, namun masih menggunakan kerangka model proses linier. Model ini memperlihatkan proses komunikasi yang menghasilkan pengaruh timbal balik antar manusia dan media ataupun antar manusia sendiri. Model Gerbner menunjukkan bahwa seseorang mempersepsi suatu kejadian dan mengirimkan pesan kepada suatu *transmitter* yang pada gilirannya mengirimkan sinyal kepada penerima, dalam transmisi itu sinyal menghadapi gangguan dan muncul sebagai bagi sasaran (Mulyana, 2016:162). Kelebihan model Gerbner dibandingkan milik Shannon dan Weaver ada dua, yaitu modelnya menghubungkan pesan dengan realitas dan konteks sehingga membuat kita bisa mendekati pertanyaan mengenai persepsi dan makna, dan model ini memandang proses komunikasi terdiri dari dua dimensi berbeda, dimensi persepsi atau penerimaan, dan dimensi komunikasi atau alat dan control.

Gerbner's General Model (1956)



Sumber: John Fiske (2012), Pengantar Ilmu Komunikasi)

Model Gerbner (1956) merupakan perluasan dari model Lasswell. Model ini terdiri dari model verbal dan model diagramatis. Model verbal Gerbner terdiri sebagai berikut:

- Seorang (sumber, komunikator)
- Mempersepsi suatu kejadian
- Dan bereaksi
- Dalam suatu situasi
- Melalui suatu alat
- Untuk menyediakan materi
- Dalam suatu bentuk
- Dan konteks
- Yang mengandung isi
- Yang mempunyai suatu konsekuensi

Model komunikasi yang dikemukakan Gerbner hampir sama bentuknya dengan model Lasswell. Tapi prosesnya lebih kompleks karena melibatkan elemen-elemen komunikasi yang lebih banyak. Model komunikasi yang dibuat Gerbner ada dua, yaitu: model verbal dan model gambar.

1. Model Verbal, Model komunikasi yang dibuat Gerbner ada dua, yaitu model verbal dan model gambar. Model komunikasi verbal yang dikembangkan Gerbner mencakup unsur- unsur yaitu sebagai berikut:

1. Someone Komunikator dan komunikan
2. Object Objek peristiwa
3. Perceives an event Persepsi
4. And reacts Reaksi
5. In a situation Situasi fisik/psikologis/sosial

6. Trough some means Saluran/media
7. To make available materials ... distribusi, administrasi
8. In some form bentuk, struktur, pola
9. And context Konteks, setting
10. If some consequences Akibat, hasil (Sendjaja, 2014:41)

Model verbal dan Gerbner memberikan gambaran bahwa komunikasi mencakup sebelas (11) komponen: pelaku komunikasi (komunikator dan komunikan), objek peristiwa, persepsi terhadap objek peristiwa, reaksi, situasi, saluran/media, distribusi, bentuk/struktur/pola, konteks, makna isi pesan, dan akibat/hasil. Dengan demikian, komunikasi menurut Gerbner adalah suatu proses di mana seseorang (komunikator atau komunikan), mempersepsikan suatu objek peristiwa dan bereaksi dalam suatu situasi, Dengan menggunakan alat atau saluran tertentu agar sesuatu yang disampaikan itu menjadi ada, dalam bentuk dan konteks tertentu, dengan ia atau arti tertentu, dan dengan tujuan memperoleh suatu akibat atau hasil tertentu.

2. **Model Gambar**, Model gambar yang dibuat Gerbner menjelaskan bahwa proses komunikasi diawali dengan satu tindakan pemahaman (persepsi). Meskipun proses komunikasi baru dimulai dan adanya persepsi (E1), namun persepsi tersebut tidak dapat lepas dan adanya suatu peristiwa (E). Tanpa adanya peristiwa (E), tidak akan pernah muncul persepsi (E1), dan dengan tidak munculnya persepsi (E1) maka tidak akan terjadi proses komunikasi. Oleh karena itu, Gerbner melihat-model gambar melalui dua dimensi pendekatan, yaitu pendekatan transaksional dan pendekatan psychophysical (psikologi fisik). (Sendjadja, 2014:41)

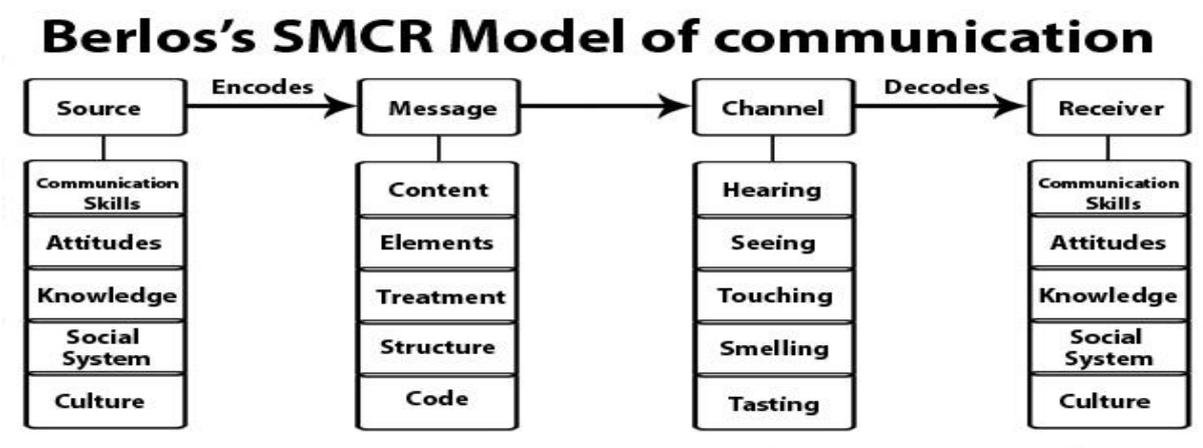
4. Model David K. Berlo

Model Komunikasi SMCR Berlo mewakili proses komunikasi dalam bentuknya yang paling sederhana. Singkatan SMCR singkatan Pengirim, Pesan, Saluran, dan Penerima. Model Komunikasi SMCR Berlo menjelaskan berbagai komponen yang membentuk proses komunikasi dasar. Model ini dikemukakan oleh David K. Berlo pada tahun 1960. Model ini komunikasi satu arah dan terdiri dari empat komponen utama, yaitu sumber, pesan, saluran, dan penerima. Akan tetapi pada masing-masing komponen tersebut ada sejumlah faktor kontrol. Menurut model ini, sumber dan penerima pesan

dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu keterampilan komunikasi, sikap, pengetahuan, sistem sosial, dan budaya.

- Model Berlo berdiri dari empat elemen, yaitu sumber (*source/S*), pesan (*message/M*), saluran (*channel/C*) dan penerima (*receiver/R*). Dari keempat komponen inilah model Berlo juga sering disebut sebagai model SMCR.
- Keunikan Berlo adalah dalam mendefinisikan saluran komunikasi dengan kelima panca indera manusia sebagai saluran komunikasi.
- Kemudian, ia juga memperluas elemen sumber dan penerima. Berlo meletakkan komponen-komponen seperti ketrampilan komunikasi (*communication skills*), sikap (*attitude*), knowledge (*pengetahuan*), sistem sosial (*social system*) dan budaya (*culture*).

Salah satu kelebihan model Berlo yaitu model ini tidak terbatas pada komunikasi publik atau komunikasi massa, namun juga komunikasi antarpribadi dan berbagai bentuk komunikasi tertulis. Namun, model Berlo juga memiliki keterbatasan, model ini menyajikan komunikasi sebagai fenomena yang statis ketimbang fenomena yang dinamis dan terus berubah. Selain itu, umpan balik yang diterima oleh pembicara dari khalayak tidak dimasukkan dalam model grafiknya, dan komunikasi nonverbal tidak dianggap penting dalam mempengaruhi orang lain.



Gambar Model Berlo

Sumber: <https://www.communicationtheory.org/berlos-s...>

Komponen-komponen Model Komunikasi SMCR Berlo model dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu:

1. Pengirim, pengirim pesan adalah sumber yang membuat dan mengirim pesan ke penerima. Pertimbangkan bagaimana pesan ditafsirkan, misalnya.
2. Kemampuan berkomunikasi yang membaca, mendengarkan, berbicara dll.
3. Sikap, sikap seseorang dalam hubungannya dengan audiens, penerima dan subjek mengubah makna dan konsekuensi dari pesan tersebut.
4. Pengetahuan, keakraban dengan subjek pesan membuat komunikasi lebih efektif.
5. Sistem sosial, nilai, kepercayaan, agama, dan aturan memengaruhi cara pengirim menyampaikan pesan, di samping lokasi dan keadaan.
6. Budaya, perbedaan budaya dapat menyebabkan pesan ditafsirkan secara berbeda.
7. Pesan, pesan adalah paket informasi atau makna yang dikirim dari pengirim ke penerima. Pengirim pesan selalu ingin penerima menafsirkan pesan dengan cara tertentu yang diterjemahkan ke dalam pesan kode. Penerima harus memahami pesan dengan akurasi yang masuk akal.
8. Konten, isi pesan dari awal hingga akhir.
9. Elemen, elemen adalah aspek (non) verbal, seperti gerakan dan tanda, yang dapat mempengaruhi pesan. Model komunikasi Albert Mehrabian membahas hal ini secara lebih rinci.
10. Pengobatan, perawatan mengacu pada cara pengiriman pesan, pengemasan pesan.
11. Struktur: seperti kata yang disarankan, struktur pesan mengacu pada cara di mana pesan itu disusun.
12. Kode, kode pesan adalah bentuk di mana pesan dikirim. Ini mungkin termasuk teks, bahasa, video, gerakan, musik, dll.
13. Saluran, saluran adalah media yang digunakan untuk mengirim pesan. Media harus dapat ditangkap oleh sistem sensor pada penerima dan oleh karena itu dapat melibatkan penglihatan, suara, bau, rasa atau sentuhan.
14. Penerima, penerima adalah orang yang menerima dan kemudian menerjemahkan pesan kode. Model Komunikasi SMCR Berlo mengasumsikan bahwa pola pikir penerima harus sesuai dengan pola si pengirim. (Janse, 2018)

Model Komunikasi Interaksional

Model Interaktif mengambil Model Linear dan mengalikannya dua kali dengan flip cepat dari pesan kembali. Sekarang memungkinkan untuk elemen umpan balik karena

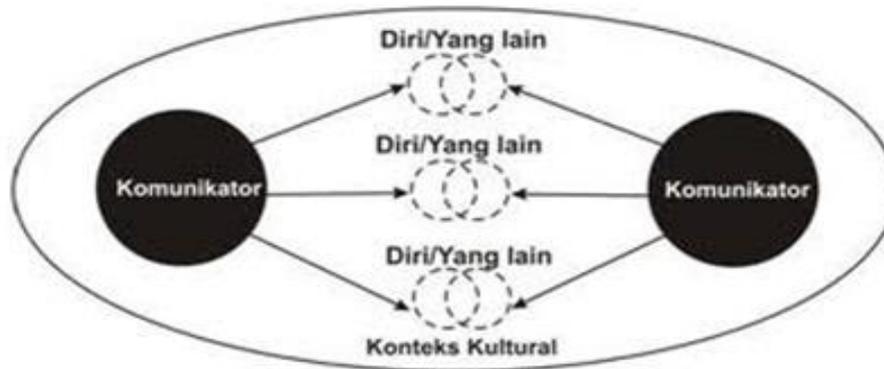
setelah pesan dikodekan dan dikirim ke penerima decoding, peran kemudian berbalik dan penerima mengkodekan dan mengirim respons ke pengirim asli yang sekarang telah mengubah penerima. Kedengarannya lebih membingungkan daripada itu. Membayangkan pertukaran pesan teks di mana teman Anda mengirimi Anda pesan dan Anda menanggapi. Hal yang sama terjadi selama panggilan telepon, atau bahkan pertukaran email. Pesan dikirim dan diterima, kemudian perannya dibalik. Itu adalah Model Interaktif. Model ini berlawanan dengan model stimulus-respons (S-R) dan beberapa model linier lainnya. Selain itu model-model tersebut mengasumsikan bahwa manusia sebagai pasif, serta model interaksional ini lebih menganggap manusia jauh lebih aktif.

Menurut Blumer seorang penganut model komunikasi interaksional mengemukakan 3 premis yang menjadi premis model ini, yaitu sebagai berikut:

1. Manusia bertindak berdasarkan makna yang diberikan individu terhadap lingkungan sosialnya (simbol verbal, simbol nonverbal, lingkungan fisik).
2. Makna itu berhubungan langsung dengan interaksi sosial yang dilakukan individu dengan lingkungan sosialnya.
3. Makna diciptakan, dipertahankan, dan diubah lewat proses penafsiran yang dilakukan individu dalam berhubungan dengan lingkungan sosialnya. (Riswandi, 2009:46).

5. Model Komunikasi Audrey Fisher

Menurut model ini, orang-orang yang melakukan komunikasi adalah orang-orang yang mengembangkan potensi manusiawinya melalui interaksi sosial, tepatnya melalui pengambilan peran orang lain (*role talking*). Diri (*self*) berkembang melalui interaksi dengan orang lain, yang diawali dengan lingkungan terdekatnya seperti keluarga (*significant others*) dalam suatu tahap yang disebut tahap permainan (*play stage*) serta berlanjut menuju ke lingkungan yang lebih luas (*generalized others*) dalam suatu tahap yang kita sebut tahap pertandingan (*game stage*). Dalam interaksi itu, individu selalu melihat dirinya melalui perspektif (peran) orang lain. Maka konsep diri pun tumbuh berdasarkan bagaimana orang lain memandang diri individu tersebut.



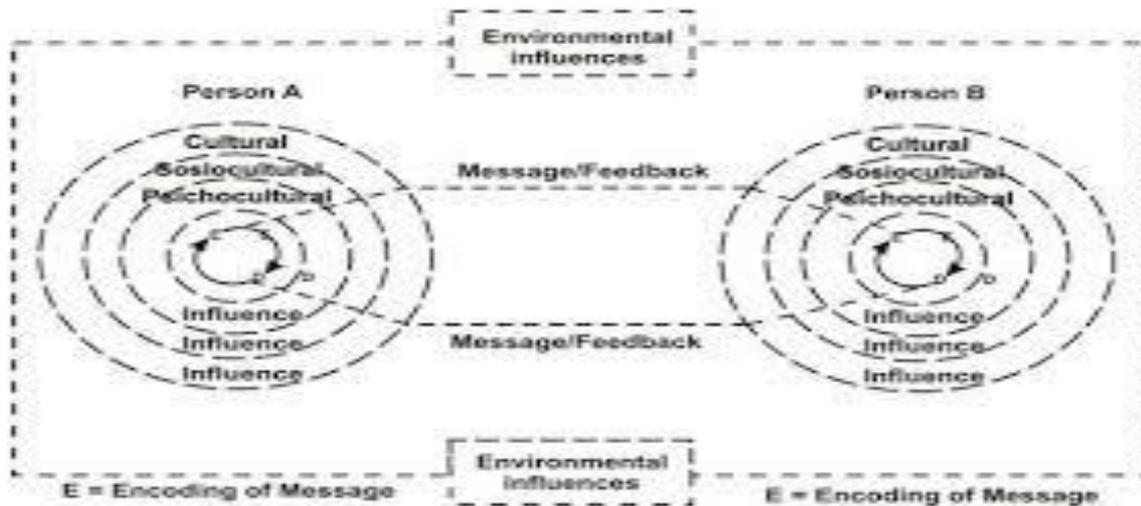
gambar ???

(Sumber: Fisher, 1986:242)

Aubrey Fisher mengatakan bahwa: “Para peserta komunikasi menurut model interaksional adalah orang-orang yang mengembangkan potensi manusiawinya melalui interaksi sosial, tepatnya melalui pengambilan peran orang lain (role-taking). Diri (self) berkembang lewat interaksi dengan orang lain, dimulai dengan lingkungan terdekatnya seperti keluarga”. (Fisher dalam Mulyana, 2012: 173).

6. Model Gudykunst dan Kim

Model komunikasi ini dikembangkan oleh Stewart L. Tubbs. Model ini merupakan model komunikasi antarbudaya. Pada dasarnya model yang ini sangat sesuai untuk komunikasi tatap muka, khususnya antara dua orang atau lebih. Model komunikasi merepresentasikan komunikasi yang terjadi pada setiap orang, karena pada dasarnya kita mengetahui bahwa tidak ada dua orang yang mempunyai budaya, sosial budaya dan psikobudaya yang sama persis. (Tubbs & Moss, 2000). Disamping sosial budaya, lingkungan adalah salah satu unsur dalam melengkapi model ini. Lingkungan mempengaruhi kita dalam menyandi dan menyandi-balik pesan. pesan tersebut dapat berupa pesan verbal, juga nonverbal, bisa disengaja ataupun tidak disengaja. Salurannya adalah alat indera, terutama pendengaran, penglihatan, dan perabaan. Gangguan dalam model Tubbs terbagi menjadi dua, yaitu gangguan teknis dan gangguan semantik.

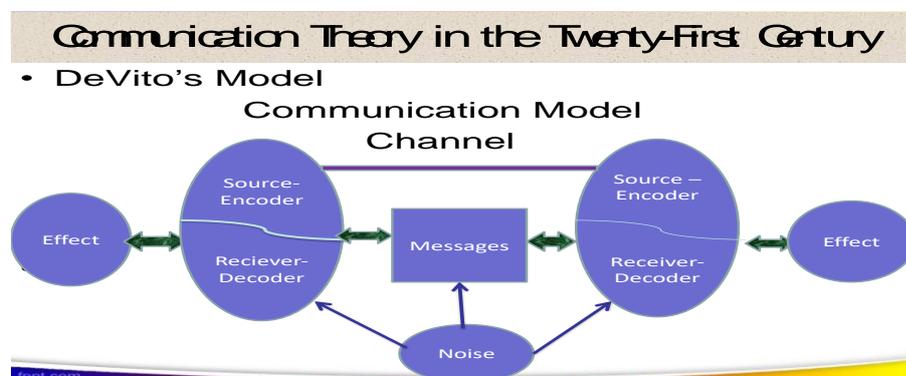


Model William Gudykunst dan Kim

Sumber??? GAMBAR KURANG JELAS

Model komunikasi Gudykunst dan Kim membuat kita mampu memahami serta mengenal budaya lain secara lebih mendalam. Dengan adanya komunikasi Gudykunst and Kim kita juga akan lebih dalam mempelajari, agama dan lain sebagainya. Namun dalam model komunikasi ini seringkali malah memunculkan kesalahpahaman dan konflik akibat perbedaan latar belakang budaya yang ada.

7, Model Komunikasi Abad 21



Sumber: Rubent & Stewart, 2006

Penjelasannya?????



LATIHAN

Untuk memperdalam pemahan anda terhadap materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

1. Mengapa Model Komunikasi diperlukan dalam pengembangan Ilmu Komunikasi?
2. Jelaskan tipe-tipe model komunikasi?
3. Apakah fungsi model komunikasi?
4. Jelas model Komunikasi Harold D. Lasswell, Shannon and Weaver, Schramm, Audrey Fisher dan Joseph DeVito.? Penjelasan sertakan contohnya

Petunjuk Jawaban Latihan

Untuk dapat menjawab pertanyaan latihan tersebut, silahkan saudara membaca materi kegiatan belajar di pertemuan 7, jika belum memahami bacalah buku Pengantar Ilmu Komunikasi yang lain, atau diskusikan dengan teman anda.



RANGKUMAN



REFERENSI

- Ardianto, Elvinaro, dkk, 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media).
- Al-Fedaghi, Sabah, 2015. *A Conceptual Foundation for the Shannon-Weaver Model of Communication*, Computer Engineering Department Kuwait University, All content following this page was uploaded by Sabah Al-Fedaghi on 12 November 2015.
- Aristotles, 1991. *On Rethoric: A Theory of Civil Discourse*, George A. Kennedy (ed. And trans.), Oxford University, New York,
- Berlo's *SMCR Model of Communication*, <https://www.communicationtheory.org/berlo-s>.
Diakses Jumat, 30 Agustus 2019 Pukul 02.25 WIB.
- Devito. Joseph A. 1997. *Komunikasi Antar Manusia (Alih Bahasa: Agus Maulana)*. Jakarta: Professional Books.
- DeVito, Joseph A. 2013. *The Interpersonal Communication Book 13th Edition*. United States of America: Pearson Education, Inc.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek Edisi Pertama*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Fardiansyah, Dani 2004, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Griffin, Em. 2003. *A First Look at Communication Theory*, McGraw-Hill Companies
- Halik, Abdul, 2013. *Komunikasi Massa*, Buku Daras, Univesitas Islam Negeri Alauddin, Alauddin University Press, Makasar. repositori.uin-alauddin.ac.id › KOMUNIKASI MASSA full...
Diakses Kamis, 2 Agustus 2019 Pukul 10.15 WIB
- Janse, B. 2018. *Berlo's Model Of Communication*, <https://www.toolshero.com/communication-skills/berlo-s-smcr-model-of-communication/>.. s. Diakses Jumat, 30 Agustus 2019 Pukul 02.25 WIB.
- Mulyana, Deddy, 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Suprpto Tommy. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi, Dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*, Jakarta: Buku Seru.
- West, Richard, Lynn H. Turner. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Petersons, Andris, and Khalimzoda, Ilkhom, 2016. *Communication Models and Common Basis for Multicultural Communication in Latvia. Society, Intergration, Education. Proceedings of the International Scientific Conference. Volume IV, May 27th -28th, 2016. 423-433. Link : **Error! Hyperlink reference not valid.***
- Rahim, Syaiful, 2009. *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*. Penerbit: Rineka Cipta
Cetakan: Edisi Revisi
- Ruben D Brent dan Stewart P Lea, (2006) *Communication and Human Behaviour*, Pearson.

MODUL-PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI

Sendjaja, Sasa Djuarsa (2014) *Pengantar Ilmu Komunikasi. In: Komunikasi: Signifikansi, Konsep, dan Sejarah*. Universitas Terbuka, Jakarta, pp. 1-41. ISBN 9796899442

L. Tubbs, Stewart & Sylvia Moss, *Human Communication*, Remaja Rosda Karya, Bandung, 2000.

Syafi'ie, I. 1988. *Retorika dalam Menulis*. Jakarta: Depdikbud.

Wirawan. 2008. *Budaya dan Iklim Organisasi*. Jakarta. Salemba Empat