

## MODUL IV

# PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI



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

Komunikasi intrapribadi adalah tindakan berkomunikasi dengan diri sendiri. Ketika seseorang berpikir, maka saat itu sedang berlangsung komunikasi dengan diri sendiri. Komunikasi antarpribadi merupakan proses pemberian dan penerimaan pesan antara dua atau diantara orang-orang dalam kelompok kecil melalui satu saluran atau lebih, dengan melibatkan beberapa pengaruh dan umpan balik. Komunikasi antarpribadi melibatkan hubungan pribadi antara dua individu atau lebih. Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam satu kelompok kecil seperti dalam rapat, pertemuan, konferensi dan sebagainya. komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan media yang mana media tersebut dapat diterima oleh khalayak yang sangat besar dan tersebar di berbagai penjuru.

MODUL	PERTEMUAN	TOPIK	CAPAIAN PEMBELAJARAN
4	13	Komunikasi Intrapribadi & Komunikasi Interpersonal	Setelah mempelajari materi ini diharapkan mahasiswa mampu menjelaskan mengenai jenis komunikasi intrapribadi, interpersonal, kelompok dan massa
4	14	Komunikasi Kelompok	
4	15	Komunikasi Massa	

## Komunikasi Intrapersonal & Komunikasi Interpersonal

### A. Komunikasi Intrapribadi

Salah satu tipe komunikasi adalah Komunikasi intrapribadi. Komunikasi intrapribadi adalah tindakan berkomunikasi dengan diri sendiri. Ketika seseorang berpikir, maka saat itu sedang berlangsung komunikasi dengan diri sendiri. Komunikasi dilakukan manusia setiap harinya, tanpa kecuali dengan cara dan tipe yang berbeda setiap levelnya. Kata 'intrapersonal' berkonotasi 'di dalam individu', sementara komunikasi dalam istilah sederhana adalah tindakan menyampaikan informasi. Artinya komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan oleh setiap sendiri dengan dan dalam diri mereka sendiri, tanpa secara langsung melibatkan pihak lain.

Komunikasi adalah proses dengan interaksi elemen, yaitu pengirim, pesan, penerima, pesan dekode, umpan balik, dan kebisingan. Komunikasi diperlukan oleh setiap individu karena merupakan kemampuan mendasar dalam transformasi informasi dengan lainnya. Keberhasilan komunikasi dengan berbagai pihak, salah satunya ditentukan oleh kemampuan komunikasi yang dimiliki oleh individu yang terlibat dalam proses komunikasi. Peter Drucker menyatakan bahwa diperlukan ketepatan saat harus bicara ataupun diam, dan hanya mendengarkan saja diperlukan dalam komunikasi agar individu yang berkomunikasi 'melakukan pemahaman' terlebih dahulu sebelum berkomunikasi. Namun dalam komunikasi tipe apapun, secara khas dinyatakan sebagai verbal, nonverbal atau sebagai bahasa tubuh; dan biasanya terdaftar sebagai empat jenis yaitu intrapersonal, interpersonal, kelompok dan akhirnya, komunikasi massa. (<https://www.researchgate.net/publication/313529725> )

Beberapa definisi komunikasi intrapersonal (intrapersonal communication) yaitu:

1. McLean, S. (2005) menyatakan bahwa komunikasi intrapersonal dapat didefinisikan sebagai komunikasi dengan diri sendiri, dan itu mungkin termasuk *self-talk*, tindakan imajinasi dan visualisasi, dan bahkan ingatan dan memori.
2. Jalaludin Rakhmat (2009) menyatakan bahwa jika dilihat dari segi psikologi komunikasi maka yang dimaksud dengan komunikasi intrapersonal adalah proses pengolahan informasi yang meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir.
3. Judy Pearson dan Paul Nelson (2011) mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai proses menggunakan pesan untuk menghasilkan makna di dalam diri.
4. Ronald B. Adler dan George Rodman (2006) mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai komunikasi dengan diri sendiri.
5. Charles V. Roberts (1983) mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai semua penguraian, pemrosesan, penyimpanan, dan pengkodean pesan fisiologis dan psikologis yang muncul di dalam individu pada tingkat sadar dan tidak sadar kapanpun mereka berkomunikasi dengan dirinya sendiri atau orang lain untuk tujuan mendefinisikan, mempertahankan, dan/atau mengembangkan masalah sosial, psikologis, dan/atau diri fisik.

Berdasarkan definisi yang dipaparkan sebelumnya, maka komunikasi intrapersonal dapat dinyatakan bahwa proses komunikasi yang mensyaratkan beberapa hal, yaitu:

1. Komunikasi dengan diri sendiri, termasuk *self-talk*.
2. Mengandung tindakan seperti imajinasi, visualisasi, berpikir dan memori.
3. Melibatkan segi psikologi komunikasi meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir.
4. proses menggunakan pesan untuk menghasilkan makna di dalam diri.
5. Komunikasi dengan diri sendiri.
6. Berlangsungnya penguraian, pemrosesan, penyimpanan, dan pengkodean pesan fisiologis dan psikologis.
7. Individu pada tingkat sadar dan tidak sadar.
8. Tujuan komunikasi intrapersonal adalah mendefinisikan, mempertahankan, dan/atau mengembangkan masalah sosial, psikologis, dan/atau diri fisik.

Komunikasi intrapersonal merupakan sebuah aktivitas dengan diri sendiri. Contoh: pada saat seseorang membaca di layar ponsel informasi mengenai 'prestasi belajar anak seorang Tukang Becak lulusan perguruan tinggi dengan predikat cumlaude', an memperoleh beasiswa melanjutkan S2 dan S3 ke luar negeri. Apa yang terlintas dalam pikiran? Pemikiran, harapan dan peluang? Pemikiran Sesuatu yang istimewa yang terjadi bahwa anda pun mempunyai keinginan untuk meraih prestasi yang terbaik seperti lulusan tersebut? Apakah Anda mulai membuat rencana untuk melakukan beberapa hal agar dapat mencapai prestasi yang sama? Apakah Anda mengirim pesan teks kepada orang tua anda bahwa anda akan berjuang memperoleh hasil kuliah terbaik, dan membuat mereka bahagia. Proses komunikasi yang dilakukan sampai anda menekan tombol "kirim", Anda berkomunikasi dengan diri sendiri.

Aktivitas dari komunikasi intrapribadi adalah upaya untuk memahami diri kita sendiri karena pemahaman terhadap diri sendiri dapat membantu proses dan tindakan komunikasi yang dilakukan individu dengan dirinya, dan hal tersebut berimplikasi terhadap tindakan berkomunikasi dengan pihak lain. Aktivitas komunikasi intrapersonal seperti merenung, berdoa, bersyukur, introspeksi diri, daya refleksi diri, kontemplasi dan diam. Dalam prosesnya, KAP berupaya menggunakan akal pikiran, hati nurani, dan berimajinasi. Pemahaman diri pribadi ini berkembang sejalan dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam hidup seseorang karena akal pikiran, hati nurani, daya imajinasi dan kreativitas perlu dididik dalam proses sosial budaya individu tersebut, termasuk pendidikan dan pengalaman hidup. Contohnya: pertimbangan akal pikiran seorang muris SD, SMP, SMA dan mahasiswa mengalami perkembangan seiring dengan kualitas Pendidikan dan pengalaman.

Individu tidak tumbuh dengan cepat, melainkan berkembang sedikit demi sedikit seiring waktu dan pengalaman, serta menelaah pengalaman tersebut sehingga diharapkan mampu menimbulkan kesadaran pada diri individu tersebut. Kesadaran diri sangat penting karena merupakan kualitas subyektif seseorang dalam memahami dan merefleksikan pengalaman hidup orang tersebut. Kesadaran pribadi (*self awareness*) memiliki beberapa elemen yang mengacu pada identitas spesifik dari individu (Fisher 1987:134 dalam Rakhmat, 2009). Elemen dari kesadaran diri adalah konsep diri, proses

menghargai diri sendiri (*self esteem*), dan identitas diri kita yang berbeda beda (*multiple selves*).

Komunikasi intrapersonal sebagaimana dijelaskan merupakan komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang yang melalui proses-proses tersendiri dengan lingkungannya. Menurut Rakhmat, komunikasi intrapersonal adalah proses pengolahan informasi. Proses ini melewati empat tahap: sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. Dan tahap tahap komunikasi intrapersonal yaitu:

1. Sensasi, adalah kemampuan yang dimiliki manusia untuk mencerap segala hal yang diinformasikan oleh pancaindera. Informasi yang dicerap oleh pancaindera disebut stimuli yang kemudian melahirkan proses sensasi. Sensasi adalah proses menangkap stimuli. (Rakhmat, 2009: 49-50) Sebagai contoh: Ketika kita sedang mendengarkan permasalahan yang disampaikan oleh seseorang. Di sini terjadi proses pencerapan informasi dengan melalui indera pendengaran.
2. Persepsi, adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi adalah memberikan makna pada hasil cerapan panca indera. Dalam proses persepsi dipengaruhi oleh sensasi, perhatian (*attention*), harapan (*expectation*), motivasi dan ingatan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (*sensory stimuli*). Sensasi adalah bagian dari persepsi. Secara internal, ada yang dinamakan perhatian selektif (*selective attention*) yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya faktor biologis, sosiopsikologis, dan sosiogenis.
3. Memori, adalah stimuli yang telah diberi makna, direkam, dan kemudian disimpan dalam otak manusia. Dalam komunikasi intrapersonal, memori memegang peranan penting dalam mempengaruhi baik persepsi (dengan menyediakan kerangka rujukan) maupun berfikir. Memori adalah sistem yang sangat terstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya. Setiap stimuli datang, stimuli itu direkam sadar atau tidak. (Rakhmat, 2009: 52-53)

Adapun kerja Memori melalui proses berikut;

- a. Perekaman (*encoding*), pencatatan informasi melalui reseptor indera dan saraf internal baik disengaja maupun tidak disengaja.
  - b. Penyimpanan (*storage*), Dalam fungsi ini, hasil dari persepsi/learning akan disimpan untuk ditimbulkan kembali suatu saat. Dalam proses belajar akan meninggalkan jejak-jejak (*traces*) dalam jiwa seseorang dan suatu saat akan ditimbulkan kembali (*memory traces*).
4. Berpikir, adalah akumulasi dari proses sensasi, asosiasi, persepsi, dan memori yang dikeluarkan untuk mengambil keputusan. Selain itu, berpikir juga diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk memahami realitas dalam rangka mengambil keputusan (*decision making*), memecahkan persoalan (*problem solving*) dan menghasilkan sesuatu yang baru (*creativity*). (Rakhmat, 2009).

Salah satu fungsi berfikir adalah menetapkan keputusan. Keputusan yang kita ambil sangatlah beraneka ragam. Adapun tanda-tanda umumnya adalah:

- a. Keputusan merupakan hasil berpikir, dan merupakan hasil usaha intelektual.
- b. Keputusan merupakan pilihan berbagai alternatif.
- c. Keputusan selalu melibatkan tindakan nyata, walaupun pelaksanaannya boleh ditangguhkan atau dilupakan.

Adapun faktor-faktor personal yang sangat menentukan terhadap apa yang diputuskan dalam proses Komunikasi antarpribadi adalah

- a. Kognisi yaitu kualitas dan kuantitas pengetahuan yang dimiliki.
- b. Motif, yaitu konatif/konasi, dorongan, gairah yang amat memengaruhi pengambilan keputusan.
- c. Sikap, yaitu afektif/afeksi/emosi yang menjadi faktor penentu lainnya. Pemanggilan (*retrieval*), mengingat lagi, menggunakan informasi yang disimpan. (Rakhmat, 2009: 54-55)

## **B. Komunikasi Antarpribadi**

Komunikasi antarpribadi merupakan proses pemberian dan penerimaan pesan antara dua atau diantara orang-orang dalam kelompok kecil melalui satu saluran atau

lebih, dengan melibatkan beberapa pengaruh dan umpan balik. Komunikasi antarpribadi melibatkan hubungan pribadi antara dua individu atau lebih. Untuk memahami komunikasi antarpribadi, kita harus memahami bagaimana komunikasi antarpribadi berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan kita dan bagaimana komunikasi antarpribadi kita terhubung dengan sistem sosial dan budaya yang lebih besar.

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran pesan antara orang-orang yang kehidupannya saling mempengaruhi satu sama lain dengan cara yang unik dalam kaitannya dengan norma sosial dan budaya. Definisi ini menyoroti fakta bahwa komunikasi antarpribadi melibatkan dua orang atau lebih yang saling tergantung pada tingkat tertentu dan yang membangun ikatan unik berdasarkan konteks sosial dan budaya yang lebih luas di mana mereka berada. Jadi, pertukaran singkat dengan petugas toko kelontong yang tidak Anda kenal tidak akan dianggap sebagai komunikasi antarpribadi, karena Anda dan petugas tidak saling mempengaruhi secara signifikan. (4 Keahlian Komunikasi Interpersonal Teratas untuk Memajukan Career <https://www.corporateclassinc.com/.../top-4-interp.>)

Beberapa pengetahuan Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*) yang dikemukakan oleh ahli, yaitu:

1. DeVito dalam (Liliweri, 1991:13) menyatakan bahwa komunikasi antarpribadi merupakan pengiriman pesan-pesan dari seseorang dan diterima oleh orang yang lain atau sekelompok orang dengan efek dan umpan balik yang bersifat langsung.
2. Judy C. Pearson, dkk (2011) menyebutkan bahwa komunikasi antarpribadi sebagai proses komunikasi yang menggunakan pesan-pesan untuk mencapai kesamaan makna antara dua orang (paling tidak) dalam sebuah situasi yang memungkinkan adanya kesempatan yang sama bagi pembicara dan pendengar.
3. G.R Miller dan M. Steinberg (1975) menjelaskan bahwa komunikasi antarpribadi dapat dipandang sebagai komunikasi yang terjadi dalam suatu hubungan interpersonal.
4. Joseph A. DeVito (2013) menyatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah interaksi verbal dan nonverbal antara dua (atau kadang-kadang lebih dari dua) orang yang saling tergantung satu sama lain.
5. Ronald B. Adler, dkk (2009), komunikasi interpersonal adalah semua komunikasi antara dua orang atau secara kontekstual komunikasi interpersonal.
- c. Deddy Mulyana, Komunikasi antar pribadi (interpersonal communication) pada hakikatnya adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal (Suranto, 2011: 3).

- d. Wilbur Schramm sebagai *frame of reference* (kerangka referensi) yang kadang-kadang juga disebut kesamaan bidang pengalaman (*field of experience*). Misalnya, kesamaan dalam bidang pendidikan (sesama mahasiswa), pekerjaan, hobi, ideologi, dan lain-lain (Soyomukti, 2010: 142-144).

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa komunikasi antarpribadi terdapat kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

1. Pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang yang lain atau sekelompok orang.
2. Efek dan umpan balik yang bersifat langsung.
3. Penggunaan pesan-pesan untuk mencapai kesamaan makna
4. Komunikasi yang terjadi dalam suatu hubungan interpersonal.
5. Adanya hirarki dalam interaksi verbal dan nonverbal
6. Peserta komunikasi setidaknya dua orang atau lebih
7. Pembicara dan Pendengar mempunyai kesempatan yang sama
8. Peserta komunikasi saling tergantung satu sama lain.
9. Komunikasi berlangsung secara kontekstual.
10. Melibatkan dan memahami Bahasa verbal dan nonverbal
11. Peserta komunikasi mempunyai kerangka referensi dan pengalaman yang cenderung sama.

Individu memerlukan komunikasi antarpribadi karena kecenderungannya tindakan KAP lebih sering dilakukan setiap harinya. Hubungan antar pribadi diperlukan terutama untuk dua hal yaitu perasaan (*attachment*) dan ketergantungan (*dependency*). Individu membutuhkan mengungkapkan perasaan atau apa yang mereka rasakan kepada pihak lain, terutama kepada penerima pesan yang mempunyai hubungan dekat dengan pengirim pesan. *Dalam konteks Komunikasi antarpribadi, perasaan mempunyai keterlibatan yang besar sehingga selanjutnya dapat menimbulkan ketergantungan satu dnegan lainnya.* Perasaan mengacu pada hubungan yang bersifat emosional intensif, sementara ketergantungan mengacu pada instrumen antar pribadi seperti mencari kedekatan, membutuhkan bantuan, serta kebutuhan berteman dengan orang lain, yang juga dibutuhkan untuk kepentingan mempertahankan hidup. Misalnya: Komunikasi antara orangtua dan anak melibatkan perasaan dna ketika hal itu berlangsung terus

menerus menciptakan ketergantungan antara keduanya, bahkan tidak terpengaruhi lokasi dan waktu keberadaan keduanya.

Komunikasi antarpribadi sering disebut dengan *dyadic communication* maksudnya yaitu “komunikasi antara dua orang”, dimana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan. Komunikasi jenis ini bisa berlangsung secara berhadapan muka (*face to face*) ataupun bisa juga melalui media seperti telepon, email, dan sosial media. Ciri khas dari komunikasi antar pribadi adalah sifatnya yang dua arah atau timbal balik (*two ways communication*). Hubungan diadik mengartikan Komunikasi Antrapribadi sebagai komunikasi yang berlangsung antara dua orang yang mempunyai hubungan mantap dan jelas. Hubungan pada tahap komunikasi dyadic merupakan hubungan KAP yang memungkinkan anggota komunikasi memahami satu dengan lainnya secara lebih mudah karena intensitas komunikasi yang berlangsung atau keterlibatan yang dalam sehingga mampu memahami perilaku seseorang. Dalam upaya tersebut, maka harus mengikutsertakan paling tidak dua orang peserta dalam situasi bersama (Laing, Phillipson, dan Lee (1991:117).

Trenholm dan Jensen (1995:26) mendefinisikan KAP sebagai komunikasi antara dua orang yang berlangsung secara tatap muka (komunikasi diadik). Sifat komunikasi ini adalah (1) spontan dan informal, (2) saling menerima *feedback* secara maksimal dan (3) partisipan berperan fleksibel. Komunikasi antarpribadi mempunyai ciri-ciri tertentu yang merupakan karakteristik komunikasi antarpribadi. Menurut Barnlund (dikutip dalam Alo Liliweri: 1991), ciri-ciri mengenali KAP sebagai berikut (1) bersifat spontan, (2) tidak berstruktur, (3) kebetulan, (4) tidak mengejar tujuan yang direncanakan, (5) identitas keanggotaan tidak jelas, (6) terjadi sambil lalu. Salah satu keberhasilan dalam berkomunikasi tergantung pada keahlian komunikasi antarperibadi seseorang. Keterampilan interpersonal adalah perilaku dan sifat yang dimiliki seseorang dan dapat diandalkan ketika berkomunikasi dan membangun hubungan dengan orang lain. Dalam kesehariannya ketrampilan interpersonal yang dimiliki seseorang sering disebut sebagai "*people skills*". Keahlian yang dimiliki seseorang dan memahami lingkungannya sehingga komunikasi dapat berjalan lancar karena proses dan tindakan yang terpahami dengan tepat. Artinya dalam proses komunikasi antarpribadi yang tepat, individu cenderung menggabungkan kedua sifat kepribadian bawaan Anda dan bagaimana Anda

telah belajar untuk menangani interaksi pribadi dalam situasi sosial. Keahlian interpersonal yang efektif dapat membantu individu selama proses membentuk, membina dan memelihara hubungan. Sekaligus juga mampu memudahkan dalam proses wawancara kerja dan dapat berdampak positif pada aktivitas komunikasi selanjutnya. Komunikasi sebagaimana diketahui (dalam Ruben & Stewart, 2006), bukan saja sebagai proses penyampaian pesan, melainkan juga dapat menambah kualitas dan kelancaran hidup seseorang, menyelesaikan masalah, dan membentuk karakter.

### **B.1. Proses Komunikasi Antarpribadi**

Edna Rogers (2002: 1), mengemukakan pendekatan hubungan dalam menganalisis proses KAP mengasumsikan bahwa KAP membentuk struktur sosial yang diciptakan melalui proses komunikasi. Ciri-ciri KAP menurut Rogers adalah:

1. Arus pesan dua arah, peserta komunikasi biasanya terlibat secara aktif sebagai pengirim dan penerima pesan pada saat yang bersamaan. Baik dalam proses komunikasi *face to face* maupun komunikasi bermedia, terutama di media berbasis internet seperti email, dan sosial media. Misalnya, dua orang atau lebih yang terlibat dalam komunikasi aktif menyampaikan dan memberi respon atau mendiskusikan isu yang menjadi pembicaraan.
2. Konteks komunikasi dua arah, peserta komunikasi dapat saja berasal dari latar belakang sosial budaya, ekonomi, posisi, ideologi bahkan agama yang berbeda. Jadi pada saat komunikasi berlangsung dua konteks komunikasi melandasi proses dan tindakan komunikasi. Contohnya: Komunikasi antarpribadi yang berlangsung antara atasan dan bawahan, suami istri, dua orang atau lebih sahabat dari latar belakang berbeda, atau antara orang tua dan anak dari generasi yang berbeda.
3. Tingkat umpan balik tinggi, pengiriman dan penerima pesan yang langsung terjadi sehingga dalam waktu bersamaan umpan balik juga dapat dilihat, dimaknai dan dipertanyakan.
4. Kecepatan jangkauan terhadap khalayak relatif lambat, hal tersebut dikarenakan Batasan cakupan KAP.
5. Efek yang terjadi perubahan sikap, proses komunikasi yang terus menerus dan adanya penetrasi yang kuat dari salah satu pihak atau kedua menyebabkan perubahan sikap mudah terjadi.

Suranto A.W (2011: 11) juga menggambarkan proses komunikasi interpersonal terdiri dari enam langkah sebagaimana gambar di bawah ini.

1. Keinginan berkomunikasi. Seorang komunikator mempunyai keinginan untuk berkomunikasi dengan orang lain.

2. *Encoding* oleh komunikator. *Encoding* merupakan tindakan memformulasikan isi pikiran atau gagasan ke dalam simbol-simbol, kata-kata, dan sebagainya.
3. Pengiriman pesan. Pengiriman pesan menggunakan saluran komunikasi
4. Penerimaan pesan. Pesan yang dikirim komunikator telah diterima oleh komunikan
5. *Decoding* oleh komunikan. *Decoding* adalah proses memahami pesan.
6. Umpan balik. Dengan umpan balik, komunikator dapat dapat mengevaluasi efektivitas komunikasi.

## B.2 Karakteristik Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi Antarpribadi merupakan komunikasi yang unik karena terbuka bagi peserta komunikasi untuk terlibat secara terbuka, bahkan tidak ada Batasan bahwa komunikator hanya salah satu pihak saja, melainkan kedua belah pihak dapat berfungsi sebagai komunikator dan komunikan sekaligus. KAP sekaligus tipe komunikasi yang melibatkan 'emosi atau perasaan' secara mendalam untuk menciptakan keberhasilan proses KAP, bahkan kedua belah pihak adalah '*Equal*' atau setara posisinya dalam proses KAP. Menurut De Vito (1997:259, lihat juga dalam Suranto, 2011: 82-84), mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal mempunyai lima karakteristik yang juga disebut sebagai perspektif humanistik. Kelima perspektif tersebut diyakini DeVito dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi interpersonal, yaitu:

- 1) Keterbukaan (*openness*), Keterbukaan adalah adanya kemauan membuka diri, mengatakan tentang keadaan dirinya sendiri yang tadinya tetap disembunyikan.
- 2) Empati (*Empathy*), Empati adalah kemampuan seseorang untuk menempatkan diri pada situasi orang lain. Sikap empati mendekatkan pemahaman seseorang terhadap orang lain, sehingga komunikasi antar keduanya terhindar dari saling menyinggung perasaan. Jadi empati adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalami.
- 3) Sikap mendukung (*Supportiveness*), Hubungan interpersonal (antarpribadi) yang efektif adalah hubungan di mana terdapat sikap mendukung (*supportiveness*). Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung.
- 3). Sikap positif (*Positiveness*), Apabila seseorang berkomunikasi mempunyai sikap negatif, kemungkinan ia akan menyampaikan komunikasi secara negatif juga, dan orang lain akan menerima secara negatif. Sebaliknya apabila seseorang bersifat positif, maka ia akan berkomunikasi secara positif juga. Bila ini terjadi, maka situasi akan mendorong orang untuk berperan aktif serta mau membuka diri.

5) Kesetaraan (*Equality*), Komunikasi antarpribadi akan lebih efektif bila suasananya setara.

Berikut adalah beberapa sifat yang dimiliki oleh komunikasi antarpribadi (Liliweri, 1991:29):

- a) Komunikasi antar pribadi melibatkan perilaku yang spontan, perilaku ini timbul karena kekuasaan emosi yang bebas dari campur tangan kognisi.
- b) Komunikasi antar pribadi harus menghasilkan umpan balik agar mempunyai interaksi dan koherensi, artinya suatu komunikasi antar pribadi harus ditandai dengan adanya umpan balik serta adanya interaksi yang melibatkan suatu perubahan di dalam sikap, perasaan, perilaku dan pendapat tertentu.
- c) Komunikasi antar pribadi biasanya bersifat intrinsik dan ekstrinsik. Intrinsik merupakan suatu standar perilaku yang dikembangkan oleh seseorang sebagai panduan melaksanakan komunikasi, sedangkan ekstrinsik yaitu aturan lain yang ditimbulkan karena pengaruh kondisi sehingga komunikasi antar manusia harus diperbaiki atau malah harus berakhir.
- d) Komunikasi antar pribadi menunjukkan adanya suatu tindakan. Sifat yang dimaksud adalah suatu hubungan sebab akibat yang dilandasi adanya tindakan bersama sehingga menghasilkan proses komunikasi yang baik.
- e) Komunikasi antar pribadi menunjukkan adanya suatu tindakan. Sifat yang dimaksud adalah suatu hubungan sebab akibat yang dilandasi adanya tindakan bersama sehingga menghasilkan proses komunikasi yang baik.

Dasar Komunikasi antarpribadi adalah asumsi-asumsi psikologi yang melibatkan proses dan tindakan komunikasi pihak-pihak yang mempunyai hubungan yang akrab. Oleh karenanya Komunikasi antarpribadi ditandai dengan beberapa hal, yaitu (1) perkiraan berdasarkan informasi psikologis, (2) interaksi berdasarkan pengetahuan yang lebih jelas, dan (3) interaksi berdasarkan aturan yang dibuat secara pribadi. Adapun KAP berlangsung mempunyai maksud yaitu untuk: (1) menemukan diri sendiri, (2) menemukan dunia luar, (3) membentuk dan memelihara hubungan yang bermakna dengan orang lain, (4) mengubah sikap dan perilaku sendiri dan orang lain, (5) bermain dan hiburan, (6) memberikan bantuan.

Untuk melangsungkan komunikasi antar pribadi secara efektif perlu memperhatikan prinsip komunikasi antar pribadi sebagai berikut:

1. Kita tidak mungkin terhindar dari kehidupan tanpa komunikasi
2. Semua komunikasi merujuk kepada isi dan hubungan di antara partisipan

3. Komunikasi tergantung pada pertukaran antar partisipan atas dasar kesamaan sistem tanda dan makna
4. Setiap orang berkomunikasi menggunakan rangsangan dan respon berdasarkan sudut pandangannya sendiri
5. Komunikasi antar pribadi dapat merangsang timbulnya saling meniru atau saling melengkapi perilaku antara individu yang satu dengan lainnya.

### **B.3 Karakteristik Komunikasi Antarpribadi**

Judy C. Pearson (1983) menyebutkan enam karakteristik komunikasi antarpribadi yaitu:

1. Komunikasi antarpribadi dimulai dengan diri pribadi (*self*). Berbagai persepsi komunikasi yang menyangkut pengamatan dan pemahaman berangkat dari dalam diri kita, artinya dibatasi oleh siapa diri kita dan bagaimana pengalaman kita.
2. Komunikasi antarpribadi bersifat transaksional. Anggapan ini mengacu pada tindakan pihak-pihak yang berkomunikasi secara serempak menyampaikan dan menerima pesan.
3. Komunikasi antarpribadi mencakup aspek-aspek isi pesan dan hubungan antarpribadi. Maksudnya komunikasi antarpribadi tidak hanya berkenaan dengan isi pesan yang dipertukarkan, tetapi juga melibatkan siapa partner komunikasi dan bagaimana hubungan dengan partner tersebut.
4. Komunikasi antarpribadi mensyaratkan adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi.
5. Komunikasi antarpribadi melibatkan pihak-pihak yang saling tergantung satu dengan lainnya (*interdependen*) dalam proses komunikasi.
6. Komunikasi antarpribadi tidak dapat diubah maupun diulang. Jika kita salah menguapkan sesuatu kepada partner komunikasi kita, mungkin kita dapat minta maaf dan diberi maaf, tetapi itu tidak berarti menghapus apa yang pernah kita ucapkan.

### **B.4 Tujuan Komunikasi Antarpribadi**

Komunikasi selalau mengandung tujuan, termasuk komunikasi antarpribadi antara lain sebagai berikut:

1. Menyampaikan informasi  
Ketika berkomunikasi dengan orang lain, tentu saja seseorang memiliki berbagai macam tujuan dan harapan. Salah satu diantaranya adalah untuk menyampaikan

informasi kepada orang lain agar orang lain tersebut dapat mengetahui informasi tersebut.

2. Berbagi pengalaman  
Dengan komunikasi antarpribadi juga memiliki fungsi atau tujuan untuk berbagi pengalaman baik itu pengalaman yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan.
3. Menumbuhkan simpati  
Ketika seorang bercerita tentang permasalahan yang sedang dihadapi kepada sahabatnya, maka akan tumbuh rasa simpati dari sahabatnya kepadanya sehingga akan timbul rasa ingin membantu untuk menyelesaikan permasalahannya.
4. Melakukan kerja sama  
Tujuan komunikasi antarpribadi yang lainnya adalah untuk melakukan kerjasama antara seseorang dengan orang lain untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi kedua belah pihak.
5. Menceritakan kekecewaan atau kekesalan  
Komunikasi antarpribadi juga dapat digunakan seseorang untuk menceritakan rasa kecewa atau kekesalan pada orang lain. Dengan pengungkapan rasa hati itu, sedikit banyak akan mengurangi beban pikiran.
6. Menumbuhkan motivasi  
Melalui komunikasi antarpribadi, seseorang dapat memotivasi orang lain untuk melakukan sesuatu yang baik dan positif. Motivasi adalah dorongan keluar dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu, berprestasi, dan memperoleh penghargaan. Atau berprestasi.

### **B.5 Elemen-Elemen Komunikasi Antarpribadi**

Keberhasilan Komunikasi Antarpribadi ditentukan oleh pemahaman mengenai element-elemen KAP. Elemen-elemen Komunikasi antarpribadi perlu untuk diketahui dan dipahami oleh peserta komunikasi agar dapat secara tepat menerapkannya dalam proses KAP yang dilakukan. Komunikasi bukan hanya sekedar proses penyampaian pesan, melainkan juga harus berusaha memenuhi ketentuan yang terdapat dalam setiap tipe komunikasi. dan tindakan dalam terdiri dari beberapa elemen yaitu, *“source-receiver, encoding-decoding, messages, channel, noise, feedback, context, ethics, dan competence* (DeVito, 2007).

Berikut ini adalah penjelasan elemen-elemen Komunikasi antarpribadi, yaitu:

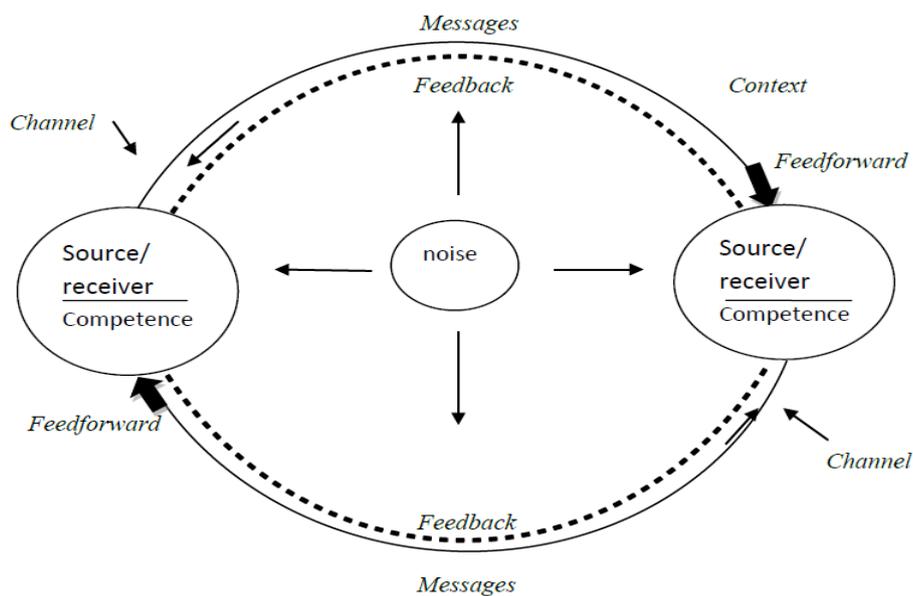
1. *Source- receiver*. *Source* adalah pihak yang menyusun dan mengirimkan pesan selama proses KAP, namun dalam KAP pengirim dan penerima pesan terbuka untuk bertukar posisi dalam bercakapan yang berlangsung. *Receiver* adalah pihak yang menerima dan mengartikan pesan. Dalam komunikasi antarpribadi, kedua fungsi ini sama-sama dijalankan oleh masing-masing individu. Contoh: Seorang Ibu menanyakan kepada anaknya mengenai aktivitas anaknya hari ini di sekolah. Dan

anak menjawab pertanyaan ibunya, serta terjadi dialog mengenai topik tersebut diantara keduanya.

2. *Encoding-decoding*. Encoding merupakan proses menciptakan pesan, sedangkan decoding adalah kegiatan untuk memahami suatu pesan. Dalam komunikasi antarpribadi, kedua proses ini dikombinasikan oleh sumber dan penerima pesan dalam proses komunikasi mereka. Pengirim dan penerima pesan secara bersamaan berdialog baik *face to face*, maupun menggunakan sosial media di era digital saat ini mengenai, dan keduanya atau peserta komunikasi menciptakan sekaligus memaknai pesan dalam waktu bersamaan berdasarkan isi pembicaraan. Contoh: Dalam diskusi yang berlangsung antara seorang ibu dan anaknya mengenai aktivitas di sekolah, maka keduanya terlibat dalam proses penciptaan dan pemaknaan pesan.
3. *Messages* atau pesan. Pesan adalah signal yang menstimuli penerima. Pesan ini dapat berupa pesan verbal maupun pesan nonverbal. Pesan verbal merupakan pesan yang diungkapkan melalui penggunaan bahasa dan kata-kata. Sedangkan pesan nonverbal adalah pesan yang diungkapkan tanpa menggunakan kata-kata, akan tetapi dengan bahasa dengan bahasa tubuh, senyum, atau ekspresi. Dalam pesan sendiri terbagi lagi menjadi dua, yaitu "*feedback* dan *feedforward*".
4. *Channel*, adalah media yang dilewati oleh pesan. Itu adalah jembatan yang menghubungkan sumber pesan dan penerima pesan. Dalam komunikasi *face-to-face*, *channel* tersebut dapat berupa indera pendengaran atau indera penglihatan. Sedangkan dalam komunikasi (antarpribadi) bermedia, *channel* tersebut dapat berupa telepon atau alat elektronik yang digunakan untuk mengirimkan pesan.
5. *Noise*, adalah segala sesuatu yang mengganggu isi pesan dan mengakibatkan penerima tidak dapat menerima pesan yang disampaikan oleh sumber. Ada empat macam *noise* yaitu gangguan fisik, gangguan fisiologis, gangguan psikologi, dan gangguan semantik. Gangguan fisik merupakan
6. *Context* atau konteks. Ada beberapa macam konteks gangguan eksternal pada saat komunikasi berlangsung, contohnya adalah suara ribut saat berbicara. Selanjutnya gangguan fisiologis merupakan gangguan yang meliputi kondisi fisik komunikator dan komunikan. Sebagai contoh adalah tuli, artikulasi, atau hilang ingatan. Kemudian yang ketiga gangguan psikologi yaitu gangguan mental, antara lain yaitu suasana emosi, pikiran yang tidak terbuka dan lain sebagainya. Yang terakhir gangguan semantik adalah perbedaan makna antara komunikator dan komunikan yang diakibatkan karena pemakaian bahasa yang berbeda. yaitu dimensi fisik, dimensi temporal, dimensi sosial-psikologikal, dan konteks budaya. Dimensi fisik yaitu ruangan tempat komunikasi berlangsung. Dimensi temporal yaitu meliputi waktu berlangsungnya komunikasi. dimensi sosial-psikologikal meliputi peran, hubungan dan status sosial antara pelaku komunikasi antarpribadi. Dan konteks budaya adalah nilai budaya yang di anut oleh pelaku komunikasi antar pribadi.
7. *Ethics* atau etika. Etika ini meliputi baik dan buruk. Pertimbangan nilai baik dan buruk sangat penting melandasi proses dan tindakan komunikasi agar tidak saling merugikan satu dnegan lainnya. Nilai-nilai etika semestinya menjadi landasan dalam proses komunikasi adar mampu menciptakan komunikasi yang efektif perlu memperhatikan etika yang ada.

8. *Competence* atau kompetensi. Efektif tidaknya suatu komunikasi antar pribadi tergantung pada kompetensi antar pribadi para pelaku komunikasi tersebut. Kompetensi adalah ukuran atas kualitas penampilan baik secara intelektual maupun secara *physical*. Kompetensi individu dalam komunikasi meminimalkan distorsi dalam Komunikasi antarpribadi.

Kesinambungan elemen-elemen komunikasi sebagaimana dalam model DeVito dibawah ini:



Model Devito Komunikasi Universal Joseph DeVito  
(1991 dalam Ruben & Stewart, 2006)

### B.6 Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Individu Dalam KAP

Komunikasi antarpribadi dimulai dari diri individu. Tampilan komunikasi yang muncul dalam setiap kita berkomunikasi mencerminkan kepribadian dari setiap individu yang berkomunikasi. Pemahaman terhadap proses pembentukan kepribadian setiap pihak yang terlibat dalam komunikasi menjadi penting dan mempengaruhi keberhasilan komunikasi. Tampilan komunikasi yang teramati/tampak dipengaruhi oleh berbagai faktor yang tidak terlihat, tapi terasa pengaruhnya, yaitu:

- a. *Meaning* (makna). Bagaimana peserta KAP menggunakan, memaknai dan menanggapi simbol-simbol. Misalnya intonasi suara, mimik muka, kata-kata, gambar dan lain-lain.

- b. *Learning*. Agar memapu memahmai makna dalam proses komunikasi, maka diperlukan pengalaman dan upaya untuk mempelajari symbol-simbol.
- c. *Subjectivity*. Individu adalah peserta komunikasi yang unique. Masing-masing mempunyai pengalaman yang berbeda, cara dalam meng-encode (menyusun atau merancang) dan menerima dan mengartikan (*decode*) pesan tidak ada yang benar-benar sama, sehingga memunculkan interpretasi yang berbeda terhadap objek yang sama, serta akan terus berlangsung demikian.
- d. *Negotiation*. Komunikasi merupakan pertukaran simbol yang mempunyai tujuan untuk mempengaruhi orang lain. Terjadi negosiasi dalam pemilihan simbol dan makna sehingga tercapai saling pengertian. Pertukaran simbol sama dengan proses pertukaran makna.
- e. *Culture*. Individu adalah partisipan dari kelompok, organisasi dan anggota masyarakat Melalui partisipasi berbagi simbol dengan orang lain, kelompok, organisasi dan masyarakat. Simbol dan makna adalah bagian dari lingkungan budaya yang diterima dan diadaptasi.
- f. *Interacting levels and context*. Komunikasi antar manusia berlangsung dalam bermacam konteks dan tingkatan. Lingkup komunikasi setiap individu sangat beragam mulai dari komunikasi antar pribadi, kelompok, organisasi, dan massa.
- g. *Self Reference*.  
Perilaku dan simbol-simbol yang digunakan individu mencerminkan pengalaman yang dimilikinya, menginterpretasikan kata dan tindakan orang adalah refleksi makna, pengalaman, kebutuhan dan harapan-harapan setiap individu.
- h. *Inevitability*. Individu tidak mungkin tidak berkomunikasi, bahkan diam juga adalah bagian dari nonverbal yang terlihat, dan itu mengandung suatu makna komunikasi.



## LATIHAN

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

### Petunjuk Jawaban Latihan

Untuk dapat menjawab pertanyaan latihan tersebut, silahkan saudara membaca materi kegiatan belajar 13, jika belum memahami bacalah buku Pengantar Ilmu Komunikasi yang lain, atau diskusikan dengan teman anda.



## RANGKUMAN

Komunikasi antar pribadi merupakan proses pemberian dan penerimaan pesan antara dua atau diantara orang-orang dalam kelompok kecil melalui satu saluran atau lebih, dengan melibatkan beberapa pengaruh dan umpan balik. Komunikasi antarpribadi melibatkan hubungan pribadi antara dua individu atau lebih. Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran pesan antara orang-orang yang kehidupannya saling mempengaruhi satu sama lain dengan cara yang unik dalam kaitannya dengan norma sosial dan budaya. Definisi ini menyoroti fakta bahwa komunikasi antarpribadi melibatkan dua orang atau lebih yang saling tergantung pada tingkat tertentu dan yang membangun ikatan unik berdasarkan konteks sosial dan budaya yang lebih luas di mana mereka berada.

## Referensi:

Devito, Joseph A. 2013. *"Komunikasi Antar Manusia"*. Tangerang: Kharisma

Liliweri, Alo. 1997. *Komunikasi antar pribadi, Bandung*. Cipta Aditya Bakti

Nina W. Syam, 2011. *Psikologi Sebagai Akar Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Rakhmat, Jalaludin, 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya.

Soyomukti, N. (2010). *Pengantar sosiologi: Dasar analisis, teori dan pendekatan menuju analisis masalah-masalah sosial, perubahan sosial dan kajian-kajian strategis*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media

Suranto Aw, 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta, Graha Ilmu

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

*Key Interpersonal Communication Skills you need to Improve*, <https://virtualspeech.com/.../interpersonal-commu...> Diakses pada 27 Agustus 2019 Pukul 01.10 WIB.

*Top 4 Interpersonal Communication Skills to Advance Your Career*. [https://www.corporateclassinc.com/.../top-4-interp.\)](https://www.corporateclassinc.com/.../top-4-interp.). Diakses pada 27 Agustus 2019 Pukul 01.23 WIB

*Ehondor, Beryl. (PDF) Intrapersonal Communication as a Foundation for Personal Branding* [https://www.researchgate.net/publication/313529725\\_Intrapersonal\\_Communication\\_as\\_a\\_Foundation\\_for\\_Personal\\_Branding\\_-\\_Beryl\\_Ehondor](https://www.researchgate.net/publication/313529725_Intrapersonal_Communication_as_a_Foundation_for_Personal_Branding_-_Beryl_Ehondor). Diakses, 26 Agustus, 2019, Pukul 02.35 WIB

## KOMUNIKASI KELOMPOK

### A. Pengertian Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam satu kelompok kecil seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi dan sebagainya. Jumlah anggota kelompok yang kecil, bukan berarti masalah tidak muncul, justru masalah terkadang lebih kompleks karena melibatkan personal-persoalan personal. Setiap anggota kelompok mempunyai hubungan dengan pihak lain yang dapat menjadi alasan masalah tersebut semakin bertambah. Diperlukan strategi komunikasi yang sesuai agar masalah yang muncul dalam kelompok kecil tidak berkembang dan bertambah besar. Untuk lebih memahami komunikasi kelompok kecil, kita perlu memeriksa tiga fitur utama komunikasi kelompok kecil: ukuran kelompok, saling ketergantungan, dan tugas. Istilah "komunikasi kelompok kecil" mengacu pada komunikasi yang terjadi dalam kelompok yang terdiri dari tiga hingga 15 orang. Kelompok kecil menurut Hare (1962) mempunyai anggota antara 2 sampai 20 orang. Kelompok dengan jumlah anggota yang lebih banyak juga masih dapat dikategorikan sebagai kelompok kecil, asalkan interaksi tatap muka sering terjadi di antara anggota kelompok.

Kelompok kecil terbentuk untuk tujuan tertentu baik kepentingan anggota kelompok atau merupakan bagian dari kelompok yang lebih besar yang sering disebut subkelompok. Biasanya, penyelenggara mengatur kelompok kecil untuk tujuan tertentu, berisi orang-orang dengan minat atau tujuan yang sama. Ahli teori komunikasi sering tidak menyetujui jumlah orang ideal untuk kelompok kecil yang efektif. Berapa jumlah pasti anggota kelompok kecil, belum ada pendapat yang pasti dari para ahli, namun tujuan suatu kelompok menentukan ukurannya atau jumlah anggota kelompok. Ukuran grup dapat tetap sama di setiap pertemuan, atau mereka dapat saja berupa, berfluktuasi sesuai dengan kebutuhan.

Jumlah anggota kelompok yang kecil bukan berarti masalahnya sedikit. Justru masalah tetap ada bahkan lebih beragam dan intens karena keakraban yang terjalin di antara anggota kelompok. Kelompok-kelompok kecil jauh lebih kompleks daripada yang terlihat. Setiap anggota kelompok membawa kekayaan pengetahuannya sendiri ke forum dan terhubung dengan anggota lain dengan cara yang berbeda. Setiap anggota kelompok mempunyai perspektif tersendiri yang terbuka untuk diperdebatkan. Perdebatan muncul karena keterbukaan anggota kelompok yang mempunyai hubungan atau koneksi yang 'dekat' atau personal. Koneksi yang kompleks ini menambah perspektif anggota kelompok dan dapat memperkaya dialog kelompok. Komunikasi kelompok kecil sebagai tiga atau lebih orang yang bekerja saling tergantung untuk tujuan menyelesaikan tugas.

Para ahli mempunyai pandangan berbeda mengenai pengertian kelompok kecil berdasarkan ukuran, tujuan dan keterlibatan anggota kelompok dalam proses komunikasi kelompok. Michael Burgoon dan Michael Ruffner (Komala, 2009) menyatakan bahwa komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari 3 atau lebih individu guna memperoleh maksud dan tujuan yang dikehendaki seperti berbagai informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat. Terdapat empat (4) elemen yang tercakup dalam komunikasi kelompok yaitu interaksi tatap muka, jumlah partisipan yang terlibat dalam interaksi, maksud dan tujuan yang dikehendaki, dan kemampuan anggota untuk dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya.

Komunikasi kelompok adalah suatu studi tentang cara-cara individu berinteraksi dalam kelompok kecil. Komunikasi kelompok (*group communication*) termasuk komunikasi tatap muka karena komunikator dan komunikan berada dalam situasi saling berhadapan dan saling melihat. (Effendy, 2009)

1. Michael Burgoon mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagai informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Kedua definisi komunikasi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok. (Huraerah dan Purwanto, 2006 : 34)

2. Komunikasi dalam kelompok ialah komunikasi antara seorang dengan orang-orang lain dalam kelompok, berhadapan satu dengan lainnya, sehingga memungkinkan terdapatnya kesempatan bagi setiap orang untuk memberikan respon secara verbal (Hadi, 2009: 3).
3. G.R. Miller membagi komunikasi menjadi enam kategori. Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteks atau tingkatannya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi tersebut. Enam kategori tersebut terdiri dari, komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa. Keenam kategori ini yang sering dipahami sebagai jenis-jenis komunikasi yang absolut. (Mulyana, 2008: 78)
4. Robert F. Bales dalam Hadi, (2009: 3), mendefinisikan komunikasi dalam kelompok kecil sebagai sejumlah orang yang terlibat dalam interaksi satu sama lain dalam suatu pertemuan yang bersifat tatap muka, dimana setiap partisipan mendapat kesan atau peningkatan hubungan antara satu sama lainnya yang cukup jelas.
5. Shaw (1976) ada 6 cara untuk mengidentifikasi suatu kelompok. Berdasarkan hal itu kita dapat mengatakan bahwa komunikasi kelompok kecil adalah suatu kelompok individu yang dapat mempengaruhi satu sama lain, memperoleh beberapa kepuasan satu sama lain, berinteraksi untuk beberapa tujuan, mengambil peranan, teriakat satu sama lain dan berkomunikasi tatap muka. Jika salah satu komponen ini hilang individu yang terlibat tidaklah berkomunikasi dalam kelompok kecil. (Muhammad, 2011 :182)
6. 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.

#### **B. Sifat-Sifat Komunikasi Kelompok**

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. B. Curtis, James J. Floyd, dan Jerril L. Winsor (2005: 149), menyatakan bahwa menjabarkan sifat-sifat komunikasi kelompok sebagai berikut:

1. Kelompok berkomunikasi melalui tatap muka; interaksi komunikasi lebih banyak melalui tatap muka, walaupun di era media digital atau media sosial komunikasi kelompok juga menggunakan sosial media.
2. Kelompok memiliki sedikit partisipan; jumlah anggota kelompok kecil jumlah sedikit 5, 10, 15 atau 40, artinya dapat diidentifikasi.
3. Kelompok bekerja di bawah arahan seseorang pemimpin; seorang pemimpin sangat diperlukan untuk mengarahkan tujuan dan kepentingan bersama dalam kelompok.
4. Kelompok membagi tujuan atau sasaran bersama; diperlukan untuk mengarahkan kepentingan anggota agar lebih mudah tercapai.
5. Anggota kelompok memiliki pengaruh atas satu sama lain; jumlah anggota kelompok yang sedikit dan mempunyai hubungan yang akrab menyebabkan adanya ketergantungan dan pengaruh satu sama lainnya. (Gurning et al., (2012: 3).

### C. Klasifikasi atau Jenis Kelompok

Berdasarkan sifat, tujuan dan tujuan kelompok, terdapat tiga klasifikasi kelompok yang banyak digunakan dalam upaya memahami kelompok dan menjelaskan hubungan dan masalah dalam kelompok kecil, yaitu:

- a. Kelompok Primer dan Sekunder. Charles Horton Cooley pada tahun 1909 (Rakhmat, 2007) mengatakan bahwa kelompok primer adalah suatu kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan akrab, personal, dan menyentuh hati dalam asosiasi dan kerja sama. Sedangkan kelompok sekunder adalah kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan tidak akrab, tidak personal, dan tidak menyentuh hati kita.

Perbedaan kualitas komunikasi pada kelompok primer dan kelompok sekunder, yaitu

1. Bersifat dalam dan meluas, artinya menembus kepribadian kita yang paling tersembunyi, menyingkap unsur-unsur personal/ruang privat. Dan sedikit sekali kendala yang menentukan rentangan dan cara berkomunikasi.
2. Kelompok sekunder komunikasi bersifat dangkal dan terbatas.
3. Komunikasi pada kelompok primer bersifat personal, sedangkan kelompok sekunder nonpersonal.
4. Komunikasi kelompok primer lebih menekankan aspek hubungan daripada aspek isi, sedangkan kelompok sekunder adalah sebaliknya.

5. Komunikasi kelompok primer cenderung ekspresif, sedangkan kelompok sekunder instrumental.
  6. Komunikasi kelompok primer cenderung informal, sedangkan kelompok sekunder formal.
- b. Kelompok keanggotaan dan kelompok rujukan. Theodore Newcomb (Rakhmat, 2009) melahirkan istilah: 1) kelompok keanggotaan (*membership group*) yaitu Kelompok keanggotaan adalah kelompok yang anggota-anggotanya secara administratif dan fisik menjadi anggota kelompok itu. 2) kelompok rujukan (*reference group*) yaitu kelompok yang digunakan sebagai alat ukur (standard) untuk menilai diri sendiri atau untuk membentuk sikap.
- c. Kelompok Deskriptif dan Kelompok Preskriptif. John F. Cragan dan David W. Wright (Rakhmat, 2009) membagi kelompok menjadi dua: deskriptif dan preskriptif. Kelompok deskriptif menunjukkan klasifikasi kelompok dengan melihat proses pembentukannya secara alamiah. Kelompok deskriptif dibedakan menjadi tiga: a. kelompok tugas; Kelompok tugas bertujuan memecahkan masalah, b. kelompok pertemuan; Kelompok pertemuan adalah kelompok orang yang menjadikan diri mereka sebagai acara pokok, dan c. kelompok penyadar, Kelompok penyadar mempunyai tugas utama menciptakan identitas sosial politik yang baru. Kelompok revolusioner radikal. Kelompok preskriptif, mengacu pada langkah-langkah yang harus ditempuh anggota kelompok dalam mencapai tujuan kelompok. Cragan dan Wright mengkategorikan enam format kelompok preskriptif, yaitu: diskusi meja bundar, simposium, diskusi panel, forum, kolokium, dan prosedur parlementer.

#### **D. Ciri-ciri Kelompok**

Kelompok mempunyai ciri yang khusus karena walaupun jumlah anggota kecil dan mungkin dikenali atau diidentifikasi secara langsung, komunikasi berlangsung secara *face to face*, topik pembicaraan tanpa Batasan karena termasuk persoalan interpersonal anggota kelompok. Namun tetap mempunyai perbedaan-perbedaan, bahkan konflik acapkali muncul dan menambah dinamika komunikasi dalam kelompok. Saleh (2012) menerangkan bahwa suatu ciri esensial kelompok adalah bahwa anggotanya mempunyai sesuatu yang dianggap sebagai milik bersama. Anggota kelompok menyadari bahwa apa

yang dimiliki bersama mengakibatkan adanya perbedaan dengan kelompok lain, sehingga memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Terdiri atas individu-individu (dua atau lebih) saling berinteraksi secara kontinyu, idealnya dibatasi sekitar 20-25 orang.
2. Saling ketergantungan antar individu.
3. Partisipasi yang terus menerus dari individu.
4. Mandiri, yaitu mengarahkan diri sendiri.
5. Selektif dalam menentukan anggota, tujuan, kegiatannya, dan lain-lain.
6. Memiliki keragaman yang terbatas.
7. Adanya norma yang mengatur perilaku anggotanya.
8. Adanya pembagian tugas (status dan peran).
9. Berlangsung dalam waktu yang relatif lama. (Amiruddin, 2015)

Sedangkan Cartwright dan Zander (1968) mengatakan bahwa terdapat sepuluh ciri-ciri kelompok, yaitu:

1. Kelompok harus ditandai oleh adanya interaksi;
2. Adanya pembatasan tertentu sebagai anggota;
3. Menyadari bahwa mereka adalah kepunyaan kelompok;
4. Berpartisipasi sesuai dengan kedudukannya terhadap obyek model ideal yang sesuai dengan super egonya;
5. Adanya ganjaran dari kelompok terhadap anggota yang melanggar norma dan ketentuan kelompok lainnya;
6. Adanya norma yang sesuai dengan kepentingan umum; harus ada identifikasi terhadap obyek modelnya;
7. Mempunyai sifat saling ketergantungan antara sesama anggota kelompok dalam mencapai tujuan bersama;
8. mempunyai persepsi kolektif yang sama tentang segala sesuatu hal sepanjang menyangkut kelangsungan hidup kelompok;
9. Adanya kecenderungan berperilaku yang sama terhadap lingkungan kelompok.

### E. Fungsi Komunikasi Kelompok

Jumlah anggota kelompok yang kecil, bukan berarti Komunikasi Kelompok kecil tidak mempunyai tujuan yang jelas. Pada dasarnya, anggota kelompok mempunyai tujuan yang sama atau seide pada saat membentuk kelompok. Kelompok dipercaya mampu mengakomodir kepentingan dan tujuan anggota kelompok yang menjadi anggotanya. Menurut Sendjaja (2005: 38, lihat juga Bungin (2009: 274), keberadaan suatu kelompok dalam suatu masyarakat dicerminkan oleh adanya fungsi-fungsi yang akan dilaksanakannya. Fungsi-fungsi tersebut antara lain adalah, fungsi hubungan sosial, pendidikan, persuasi, pemecahan masalah dan pembuatan keputusan, serta terapi. Penjelasan yang lebih rinci tentang fungsi komunikasi kelompok sebagai berikut:

1. Fungsi hubungan sosial dalam artian bagaimana kelompok tersebut dapat membentuk dan memelihara hubungan antara para anggotanya dengan memberikan kesempatan melakukan berbagai aktivitas rutin yang informal, santai, dan menghibur.
2. Fungsi pendidikan yang mana mempunyai makna bagaimana sebuah kelompok baik secara formal maupun informal berinteraksi untuk saling bertukar pengetahuan. Fungsi pendidikan ini sendiri sangat bergantung pada 3 faktor, yang pertama adalah jumlah informasi yang di kontribusikan oleh setiap anggota, yang kedua adalah jumlah partisipan yang ikut di dalam kelompok tersebut, dan yang terakhir adalah berapa banyak interaksi yang terjadi di dalam kelompok tersebut. Fungsi ini juga akan efektif jika setiap anggota juga dapat memberikan informasi dan pengetahuan yang berguna bagi anggotanya.
3. Fungsi persuasi, dalam fungsi ini, seorang anggota berusaha mempersuasi anggota kelompok lainnya untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang diinginkannya. Seseorang yang terlibat dalam usaha persuasif di dalam kelompoknya memiliki resiko untuk tidak diterima oleh anggota kelompoknya yang lain, apabila hal yang di usulkannya tersebut bertentangan dengan norma norma kelompoknya, maka justru dia dapat menyebabkan konflik di dalam kelompok dan dapat membahayakan posisinya di dalam kelompok tersebut.
4. Fungsi pemecahan masalah dan pembuatan keputusan, disini kelompok berguna untuk mencari solusi dari permasalahan permasalahan yang tidak dapat di selesaikan oleh anggotanya, serta mencari alternatif untuk menyelesaikan, sedangkan pembuatan keputusan bertujuan untuk memilih salah satu dari banyak nya alternatif solusi yang keluar dari proses pemecahan masalah tersebut.

5. Fungsi terapi. Kelompok terapi memiliki perbedaan dengan kelompok lainnya, karena kelompok terapi tidak memiliki tujuan. Objek dari kelompok terapi adalah membantu setiap individu mencapai perubahan persoalannya. Tentunya, individu tersebut harus berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya guna mendapatkan manfaat, namun usaha utamanya adalah membantu dirinya sendiri, bukan membantu kelompok mencapai konsensus.

Beberapa unsur dalam komunikasi kelompok, diantaranya adalah komunikasi lisan, kepemimpinan, tujuan kelompok, norma kelompok, peranan, kohesivitas kelompok, dan situasi kelompok (Gurning et al., 2012: 3). Menurut Arni Muhammad (2005:182-184), tujuan komunikasi kelompok kecil mungkin dapat digunakan untuk menyelesaikan bermacam-macam tugas atau untuk memecahkan masalah. Akan tetapi, dari semua tujuan itu sebenarnya dapat dikelompokkan menjadi dua kategori yaitu untuk tujuan personal dan tujuan yang berhubungan dengan tugas atau pekerjaan. Alasan seseorang masuk dalam kelompok dapat dibedakan atas empat tujuan utama yaitu untuk hubungan sosial, penyaluran, untuk terapi, dan untuk belajar. Tujuan tersebut merupakan tujuan personal. Sedangkan tujuan yang berhubungan untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan yaitu untuk membuat keputusan dan pemecahan suatu masalah.

#### **F. Tujuan Komunikasi Kelompok**

Pada dasarnya tindakan komunikasi selalu mengandung tujuan dan maksud. Komunikasi adalah tindakan yang dilakukan untuk memberikan penjelasan kepada pihak lain mengenai tujuan komunikasi dilakukan. Tujuan-tujuan komunikasi biasa mencakup empat hal yaitu 1) perubahan sikap, 2) perubahan pendapat, 3) perubahan perilaku dan perubahan sosial. Dalam proses komunikasi mampu mencapai tujuan sangat penting karena merupakan ukuran keberhasilan komunikasi, dan tindakan komunikasi sudah tepat. R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam (Effendy, 2009: 32), menjelaskan bahwa tujuan utama dari *Komunikasi* itu sendiri adalah *to secure understanding* (memastikan komunikasi paham), *to establish acceptance* (membina pengertian) dan *to motivate action* (memotivasi).

Adapun tujuan Komunikasi Kelompok Kecil adalah

1. Tujuan personal, yaitu alasan orang untuk mengikuti kelompok dapat dibedakan atas empat kategori utama yaitu untuk hubungan sosial, penyaluran, kelompok terapi dan belajar.

2. Hubungan sosial, terlibat dalam komunikasi kelompok kecil agar dapat bergaul dengan orang lain.
3. Penyaluran, kelompok kecil memberi kesempatan untuk menyalurkan perasaan seperti perasaan kecewa, perasaan takut, keluhan, maupun harapan dan keinginan anggota kelompok. Tujuannya biasa dilakukan dalam suasana yang mendukung adanya pertukaran pikiran atau pertengkar sengit atau dalam diskusi keluarga dimana keterbukaan diri adalah tepat. (Muhammad, 2011: 183)
4. Kelompok terapi, biasanya digunakan untuk membantu orang menghilangkan sikap-sikap mereka, atau tingkah laku dalam beberapa aspek kehidupan mereka.
5. Belajar, alasan umum orang mengikuti kelompok kecil adalah belajar dari orang lain. Belajar terjadi dalam bermacam-macam setting. Asumsi yang mendasari belajar kelompok adalah ide dari dua arah.
6. Pembuatan Keputusan, orang-orang yang berkumpul bersama-sama dalam kelompok untuk membuat keputusan mengenai sesuatu. Mendiskusikan alternatif dengan orang lain membantu orang memutuskan mana pilihan terbaik untuk kelompok.
7. Pemecahan Masalah, masalah yang mereka usahakan menyelesaikan mencakup bagaimana menyempurnakan produksi, bagaimana menyempurnakan hubungan yang kurang baik.

Peneliti-peneliti kelompok kecil tidak setuju tentang berapa banyak anggota sama dengan kelompok (Bertcher & Maple, 1996; Shaw, 1981; Simmel, 1902), namun konsensus nya adalah sebuah kelompok kecil ada, harus memiliki minimal 3 anggota dan tidak lebih dari 15 anggota (Socha, 1997). John Cragan dan David Wright (1999), dua peneliti terkemuka di bidang komunikasi kelompok kecil, mengidentifikasi ukuran kelompok kecil yang ideal sebagai lima hingga tujuh anggota. Terlepas dari berapa banyak anggota kelompok, penting untuk mempertimbangkan bahwa semua anggota memiliki pengaruh satu sama lain. Hal tersebut terkait karakteristik selanjutnya dari kelompok kecil, yaitu saling ketergantungan. Mengenai berapa banyak orang yang dibutuhkan untuk membangun sebuah kelompok kecil, umumnya berdasarkan parameter luar adalah 3 dan 12 orang. Sedangkan sebagian lainnya ditentukan oleh tujuan kelompok. (Curtis, Floyd, & Wonsor, 1996:149).

Napier dan Gershenfeld mengemukakan bahwa para anggota kelompok akan menerima norma kelompok, apabila:

1. Anggota kelompok menginginkan keanggotaan yang kontinyu dalam kelompok.
  2. Pentingnya keanggotaan kelompok.
  3. Kelompok bersifat kohesif, yakni anggotanya berhubungan sangat erat, terikat satu sama lain, dan kelompok dapat memenuhi kebutuhan anggota- anggotanya.
  4. Keanggotaan seseorang dalam suatu kelompok semakin penting.
  5. Pelanggaran kelompok dihukum dengan reaksi negatif dari kelompok.
- (DeVito, 1997:304).

### **G. Saling Ketergantungan Anggota Kelompok**

Konsep saling ketergantungan paling erat terkait dengan teori sistem, yang menyatakan bahwa semua bagian dari sistem bekerja bersama untuk beradaptasi dengan lingkungannya. Karena bagian-bagian tersebut terkait satu sama lain, perubahan dalam satu bagian mempengaruhi, dalam beberapa cara, bagian lain. Komunikasi kelompok kecil adalah suatu kumpulan individu yang dapat mempengaruhi satu sama lain, memperoleh beberapa kepuasan satu sama lain, berinteraksi untuk beberapa tujuan, mengambil peranan, terikat satu sama lain dan berkomunikasi tatap muka (Arni, 2002: 182). Faktor-faktor keefektifan kelompok dapat dilacak pada karakteristik kelompok. Jalanuddin Rahmat dalam Marhaeni 2004 menyatakan 4 karakteristik kelompok yang mempengaruhi keefektifan kelompok, yaitu ukuran kelompok, jaringan komunikasi, kohesi kelompok kepemimpinan.

Proses dimana perubahan dalam satu bagian mempengaruhi bagian lain disebut saling ketergantungan. Dalam kelompok kecil, saling ketergantungan terjadi ketika anggota mengoordinasikan upaya mereka untuk menyelesaikan tugas mereka. Ketika sesuatu terjadi pada, atau mempengaruhi, satu anggota kelompok, itu akan berdampak pada anggota kelompok lainnya, yaitu, saling ketergantungan berarti bahwa perilaku anggota kelompok mana pun memengaruhi perilaku tugas anggota kelompok dan perilaku relasional mereka (Bertcher, 1994). Selain itu, saling ketergantungan menjelaskan mengapa suatu kelompok.

Setiap kelompok mempunyai tugas masing-masing terhadap anggota. Tugas inilah yang memperkuat anggota kelompok, disamping juga memberi peluang munculnya dinamika kelompok yang dibutuhkan untuk membina hubungan yang kuat antar anggota kelompok. Oleh karena itu dapat ditegaskan bahwa tanpa tugas, grup tidak perlu ada, karena tidak mungkin bertahan, karena tidak mempunyai kemampuan mengelola kepentingan dan pola anggota kelompok. Sering dianggap sebagai tujuan di balik suatu kelompok, tugas didefinisikan sebagai kegiatan di mana tidak ada keputusan yang benar secara eksternal dan penyelesaiannya tergantung pada penerimaan anggota (Fisher, 1971).

Tugas memperkuat hubungan, menjelaskan keikutsertaan sebagai anggota kelompok, menyatakan keterlibatan dan membuktikan bertanggung jawab atau tidak terhadap proses komunikasi kelompok. Menurut Ira Steiner (1972), kelompok kecil menghadapi tugas tambahan dan tugas konjungtif. Tugas pada dasarnya bukan untuk memberikan beban kepada anggota kelompok, namun tugas merupakan wujud kebersamaan, pengelolaan dan kesinambungan hubungan diantara anggota kelompok, sekaligus memperkuat identitas dan keberadaan kelompok. Besarnya partisipasi anggota kelompok sangat diharapkan sebagai bentuk keharmonisan hubungan

anggota group. Sekaligus hal itu merupakan tanda bahwa anggota group dapat mempercayai dan mengandalkan keberadaan kelompok mencapai tujuan bersama.

Disamping ketergantungan sebagai karakteristik, identitas merupakan satu cara kelompok membangun dan mempertahankan identitasnya (Olmsted & Hare, 1978). Setiap kelompok membangun identitas sebagai kelompok tertentu, dan hal itu memperkuat hubungan diantara anggota kelompok. Identitas mengacu pada batas psikologis dan/atau fisik yang membedakan anggota kelompok dari anggota yang bukan anggota kelompok. Contohnya terkait identitas kelompok berdasarkan fisik adalah kelompok perempuan yang bertato, yang mencerminkan sebagai trendi, gaul, dan moderat

Batasan psikologis merujuk pada perasaan yang dialami oleh anggota kelompok berdasarkan langsung pada keanggotaan kelompok mereka. Identitas psikologis ini kadang-kadang disebut sebagai "kita" dan dapat menghasilkan perasaan positif dan negatif. Perasaan kita' telah membangun sebuah kekuatan untuk saling mendukung, membantu dan menjaga diantara anggota kelompok karena mempunyai rasa memiliki dan juga satu keadaan, diantara mereka sehingga memungkinkan muncul dukungan dan kebersamaan diantara anggota kelompok. Perasaan positif termasuk kesombongan, kohesi, inklusi, dan superioritas.

Batas-batas psikologis ini tidak berwujud, mereka memainkan peran penting atau mempengaruhi 'konsep diri' anggota kelompok, sehingga memunculkan energi untuk perlunya saling mendukung kelompok, berpartisipasi dalam tugas kelompok, berinteraksi satu sama lain, dan menganggap pengalaman kelompok itu menyenangkan dan sepadan dengan waktu mereka. Meskipun identitas yang dibagikan oleh anggota kelompok bertindak sebagai pengaruh yang kuat terhadap mereka, identitas kelompok juga dapat memengaruhi bagaimana bukan anggota (yaitu, orang-orang yang bukan anggota kelompok) bereaksi terhadap anggota kelompok. Pengaruh ini adalah groupotyping. Groupotyping muncul ketika nonanggota membuat asumsi (baik positif atau negatif) tentang seseorang berdasarkan keanggotaan grup orang tersebut. Misalnya: mahasiswa di luar Universitas Budi Luhur menilai bahwa kelompok Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur suka menolong, penuh cinta kasih dan bertanggung jawab.

Komunikasi yang terjalin dalam kelompok mampu menciptakan hubungan yang harmonis, dinamis dan memotivasi anggota kelompok berpartisipasi atau menjadi bagian yang aktif memperkuat keberadaan kelompok. Perlu disadari oleh semua anggota kelompok, bahwa walau pun jumlah kelompok tidak banyak, masih dapat mengenal satu dengan lainnya, bahkan saling mendukung, berdebat, dan memotivasi satu dengan lainnya, namun tidak mudah untuk membangun komunikasi yang dinamis diantara anggota kelompok. Oleh karenanya semua anggota kelompok harus berupaya untuk membangun secara bersama-sama komunikasi dalam kelompok

dengan terbuka dan saling percaya. Hal itu sangat diperlukan agar lebih mudah mencapai tujuan. Kekuatan kelompok tergantung dari kekuatan anggota kelompok yang mampu berkerja sama, menghargai, dan saling mendukung satu dengan lainnya. Komunikasi yang berlangsung dalam kelompok melewati tahap-tahap sebagaimana dijelaskan berikut ini :

1. *Forming* adalah tahapan yang para anggota mulai menempatkan diri berhubungan secara interpersonal, mereka saling memperhatikan, bersahabat, dan mencoba melihat manfaat serta biaya menjadi anggota kelompok. Norma didefinisikan sebagai "batas perilaku yang diperbolehkan dari masing-masing anggota kelompok" (Bonney, 1974, hal. 449). Dengan kata lain, norma adalah pedoman atau aturan yang dirancang untuk mengatur perilaku anggota kelompok (Fujishin, 2007). Norma dapat menjadi salah satu dari tiga jenis: tugas, prosedural, atau sosial. Norma tugas memungkinkan kelompok untuk bekerja menuju penyelesaian tugas. Norma prosedural menunjukkan prosedur yang akan diikuti kelompok. Salah satu cara kelompok relawan dapat memberlakukan norma prosedural adalah dengan menetapkan batas waktu pada sesi curah pendapat. Norma sosial mengatur bagaimana anggota kelompok terlibat dalam komunikasi antarpribadi. ([https://www.sagepub.com › default › files › upm-binaries › 18524\\_Chapter1](https://www.sagepub.com › default › files › upm-binaries › 18524_Chapter1))

Misalnya: Pengurus Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur mulai saling mengenai, mempercayai, bersahabat dan kemudian mendiskusikan bahwa mereka perlu saling mendukung satu dengan lainnya agar BEM Fikom dapat melakukan aktivitas-aktivitas yang bermanfaat bagi diri mereka dan juga anggota. Dalam proses kerja kelompok, terdapat norma, aturan dan ketentuan yang harus dipatuhi agar semua proses berkesinambungan dan manfaatnya dapat secara maksimal dirasakan oleh anggota. Semua anggota kelompok harus saling berkomunikasi, bahkan melibatkan komunikasi antarpribadi sebagai upaya memaksimalkan dinamika hubungan sebuah kelompok. Terdapat norma yang disepakati oleh pengurus BEM dan harus ditaati bersama.

2. *Storming*, ketika hubungan sudah secara terus menerus berlangsung, maka banyak terdapat perdebatan yang memunculkan diskusi, bahkan konflik diantara anggota kelompok. Namun hal tersebut justru baik untuk melihat ketergantungan anggota kelompok. Tahap ini mulai banyak kegiatan dan pembentukan norma, konflik mulai terjadi karena masalah kepemimpinan, tujuan, norma atau perilaku interpersonal, namun konflik belum tentu terjadi manakala kelompok dapat

bekerja efektif dan mampu mengatasi problem. Dinamika komunikasi kelompok sudah terlihat pada tahap ini. Misalnya: munculnya perbedaan pendapat bahkan konflik dalam kelompok, merupakan dinamika yang mampu menciptakan hubungan lebih baik. Kerja sama antara anggota kelompok dituntut dan justru menjadikan kelompok semakin kuat dan berkembang. Namun mungkin saja, terjadi ketidakseimbangan dalam kelompok jika komunikasi berlangsung baik, tidak setara, dan tidak terbuka. Ketidak kesimbangan tersebut, memunculkan ketidakpercayaan sehingga mengganggu komunikasi dalam kelompok.

3. *Norming*, tahap ketiga ini anggota kelompok belajar bekerjasama, mengembangkan norma, kekompakan dan rasa tanggung jawab berkembang pada tahap. Keberhasilan kegiatan kegiatan dalam kelompok terkait juga dengan kepemimpinan dalam kelompok tersebut. Namun tentu peran pemimpin diperlukan ahap terakhir adalah *performing*, tahap ini kerjasama yang efektif dalam menalakan tugas. Dari tahap ini beberapa kelompok dapat terus berkembang, adapula yang kemudian mengalami kemunduran. Walaupun kelompok kecil, keberadaan pemimpin tetap dibutuhkan sebagai pihak yang mengelola manajemen termasuk manajemen komunikasi. Misalnya: Kelompok tugas yang dibentuk untuk menyelesaikan tugas dosen yang beranggotakan 6-10 orang. Dalam pelaksanaannya memerlukan perencanaan seperti konsep, tujuan, target, sistem, biaya, pembagian tugas dan lain-lain. Dituntut tanggung jawab anggota kelompok untuk terlibat secara aktif dan bertanggungjawab agar tugas dapat selesai tepat waktu dan hasil yang maksimal. (Puspita, 2016: 81-90)

## H. Karakteristik Komunikasi Kelompok

Karakteristik komunikasi dalam kelompok ditentukan melalui dua hal

1. Norma adalah kesepakatan dan perjanjian tentang bagaimana orang-orang dalam suatu kelompok berhubungan dan berperilaku satu sama lainnya. **Severin dan Tankard (2005: 220)** menyebutkan ada dua jenis norma, yaitu deskriptif dan perintah. Norma deskriptif menentukan apa yang seharusnya dilakukan dalam sebuah konteks, sedangkan norma perintah menentukan apa yang umumnya disetujui oleh masyarakat.

Terdapat tiga kategori norma dalam kelompok yaitu norma *sosial*, *prosedural*, dan *tugas*. *norma sosial* mengatur hubungan diantar anggota kelompok. Sedangkan *norma prosedural* menguraikan secara rinci bagaimana suatu kelompok mengambil keputusan, harus beroperasi, dan pada akhirnya pada kesepakatan kelompok. *Norma tugas* mengatur bagaimana pekerjaan harus dilakukan ( Sendjaja 2016: 3.6).

2. Peran adalah aspek dinamis dari kedudukan atau status. Dalam setiap mempunyai peran tertentu dalam kehidupan mereka, dimana, appaun dan bagaimanapun kondisi orang tersebut. Dalam kelompok, anggota kelompok mempunyai peran yang telag disepakati oleh setiap anggota kelompok setelah didiskusikan terlebih dahulu. Menurut **Soerjono Soekanto**, seseorang telah menjalankan peran apabila telah melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya.

Menurut **Adler & Rodman**, peran dalam komuikasi kelompok meliputi *fungsi tugas* dan *pemeliharaan*. *Fungsi Tugas* yaitu pemberi informasi, pemberi pendapat, pencari informasi dan pemberi aturan. Peran tersbeut harus dimaknai secara baik agar menciptakan dinamika kelompok secara lebih baik, cepat, mencapai sasaran dan sesuai kebutuhan anggota. Bagaimana pun sebuah tindakan dalam sbeuah kelompok harus membantu pengembangan anggota organisasi mencapai tujuannya, serta utamanya adalah mencapai tujuan bersama kelompok. Sedangkan *Fungsi Pemeliharaan* meliputi pendorong partisipasi, penyalaras, penurunan ketegangan, penanganan persoalan pribadi. (Sendjadja, 2016)

Sedangkan menurut **Brilhart** (dalam Puspita, 2016) ada 5 karakteristik komunikasi dalam kelompok, yaitu:

1. Meliputi sekelompok kecil orang (2-20) sehingga setiap orang menjadi sadar & mampu bereaksi terhadap yang lainnya.
2. Untuk keberhasilan pencapaian tujuan setiap orang harus terikat dalam kondisi saling ketergantungan.

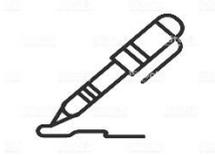
3. Setiap orang harus mempunyai rasa saling memiliki & mengidentifikasi diri dengan anggota kelompok lain.
4. Interaksi secara oral, walau tidak seluruh interaksi berlangsung secara oral, tapi yang signifikan melalui pembicaraan.
5. Perilaku didasarkan pd norma-norma, nilai & prosedur yg diterima tiap anggota.

#### 1.10 Variabel-Variabel Kelompok

Kelompok banyak ditemukan di kehidupan sekitar kita. Hampir semua manusia adalah bagian dari kelompok tertentu, baik anggota kelompok primer maupun informal. Dalam kelompok, komunikasi berlangsung terencana terbuka dan mendalam, karena melibatkan persoalan-persoalan personal. Komunikasi dalam kelompok merupakan bagian dari kegiatan keseharian dan memungkinkan dialog atau respon langsung. Sebaliknya pada komunikasi kelompok besar (*large group communication*), hampir tidak terdapat kesempatan untuk memberikan tanggapan secara verbal, atau kecil sekali kemungkinannya bagi komunikator untuk berdialog dengan komunikan., walaupun, di era sosial media dialog dapat saja berlangsung namun dinamikanya berbeda. Dalam komunikasi kelompok terdapat delapan variabel, yaitu: (Yusuf 1989), yaitu:

1. Kejelasan (*clarity*): anggota kelompok memahami pernyataan pesan-pesan yang disampaikan dalam interaksi komunikasi kelompok, baik sebagai pengirim pesan atau sebagai penerima pesan.
2. Pendapat (*opinion*): pernyataan dikatakan mengandung pendapat, apabila mengungkapkan suatu perasaan, keyakinan atau penilaian, dasar faktual ini biasanya tidak nampak dalam pernyataan itu sendiri.
3. Kepentingan (*interest*): suatu pernyataan dikatakan mengungkapkan kepentingan si pembuat pesan, apabila mengandung beberapa petunjuk tentang perhatian dan keterlibatannya dengan pertanyaan-pertanyaan yang sedang dibahas.
4. Jumlah informasi (*amount of information*): suatu pernyataan dikatakan bersifat informatif apabila berisi fakta-fakta, statistik, dan pendapat-pendapat dari sumber-sumber terpercaya yang mempunyai kaitan langsung dengan beberapa aspek dari 5
5. Daya provokasi (*provocativeness*): suatu pernyataan dikatakan bersifat provokatif apabila mencerminkan keinginan atau kesediaan dari si pembuat provokasi untuk mendorong orang lain memberi tanggapan terbuka padanya; yaitu seolah-olah mengundang atau menerima tanggapan.
6. Orientasi (*orientation*): suatu pernyataan dikatakan memberikan orientasi apabila mencerminkan usaha si pembuat pesan untuk merangsang tercapainya tujuan kelompok dengan cara menggunakan fakta, member saran yang bermanfaat, atau mencoba memecahkan konflik.

7. Objektivitas (*objectivity*): suatu pernyataan dikatakan objektif apabila mencerminkan kebebasan si pembuat pesan yang secara sadar berusaha mendesak atau mempengaruhi seseorang atau orang-orang lain untuk menerima pendapatnya.
8. Panjangnya (*length*): panjang pernyataan hanyalah jumlah kata-kata dalam pernyataan. (Adawiyah, 2017: 68-69)



## LATIHAN

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

1. Apa yang dimaksud dan ukuran dengan komunikasi kelompok?
2. Jelaskan jenis-jenis kelompok?
3. Sebutkan karakteristik komunikasi kelompok?
4. Jelaskan tahap-tahap komunikasi kelompok!
5. Jelaskan mengapa komunikasi kelompok diperlukan dalam kehidupan sehari-hari?

### Petunjuk Jawaban Latihan

Untuk dapat menjawab pertanyaan latihan tersebut, silahkan saudara membaca materi kegiatan belajar 3, jika belum memahami bacalah buku Pengantar Ilmu Komunikasi yang lain, atau diskusikan dengan teman anda.



## RANGKUMAN

Michael burgoon mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagai informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Kedua definisi komunikasi kelompok diatas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok. Komunikasi kelompok adalah suatu studi tentang cara-cara individu berinteraksi dalam kelompok kecil. Komunikasi kelompok (group communication) termasuk komunikasi tatap muka karena komunikator dan komunikan berada dalam situasi saling berhadapan dan saling melihat. Komunikasi kelompok terjadi ketika tiga orang atau lebih bertatap muka, biasanya di bawah pengarahannya seorang pemimpin untuk mencapai tujuan atau sasaran bersama dan mempengaruhi satu sama lain

### Referensi

- Bungin B. 2009. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta (ID): Kencana.
- Curtis, B., Floyd, James J., Winsor, Jerry L. 2005. *Komunikasi Bisnis dan Profesional*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana, 2007. *Dinamika Komunikasi*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya
- ....., 2017. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Gurning FP., Hadisiwi P., Widyowati W. 2012. Komunikasi Kelompok pada Komunitas Kompas Muda. *Jurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*. 1(1):1-15.
- Huraerah, Abu dan Purwanto, 2006. *Dinamika Kelompok*, Bandung, PT. Refika Aditama
- Mulyana, Deddy, 2008. *Ilmu Komunikasi: Satu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosda Karya

uspita, I. Tustiasri, . 2016. Komunikasi Dalam Kleompok, SSN: 23389176 **Channel**, Vol. 4, No. 1, April 2016, hal. 81-90.

....., program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. Diakses Selasa, 3 September 2019 Pukul 15.05 WIB.

Komala, Lukiati. (2009). Ilmu Komunikasi Perspektif, Proses, dan Konteks. Bandung: Widya Padjadjaran.

Saleh, Amiruddin, 2015. Pengertian, Batasan, dan Bentuk Kelompok, Modul Pengantar Ilmu Komunikasi Universitas Terbuka. Link : repository.ut.ac.id › LUHT4329-M1. Diakses Jumat, 6 September 2019 Pukul 09.05 WIB.

Adawiyah, Cut Rabiayatul, 2017. Urgensi Komunikasi Dalam Kelompok Kecil Untuk Mempercepat Proses Adopsi Teknologi Pertanian. Forum Penelitian Agro Ekonomi, Vol. 35 No. 1, Juli 2017: 59-74 DOI: <http://dx.doi.org/10.21082/fae.v35n1.2017.59-74> 59. Link: <https://media.neliti.com> › media › publications › 227890-urgensi-komunik...diakses Jumat, 6 September 2019 Pukul 10.06 WIB.

## KOMUNIKASI MASSA

### A. Definisi Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa sebenarnya sangat banyak, jenisnya juga beragam tetapi dari sekian banyak definisi tersebut dapat dilihat adanya benang merah yang bisa dijadikan dasar untuk mengambil kesimpulan tentang pengertian apa itu komunikasi massa.

#### Definisi menurut Bittner

*“Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people” (Bittner, 1989: 11).*

“Komunikasi massa adalah: Pesan-pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.”

#### Definisi komunikasi massa dari Janowitz

“Komunikasi massa terdiri atas lembaga dan teknik dari kelompok tertentu yang menggunakan alat teknologi (pers, radio, film, dan sebagainya) untuk menyebarkan konten simbolis kepada khalayak yang besar, heterogen dan sangat tersebar” (Mc Quail, 2012: 62).

#### Definisi dari De Fluer

“Komunikasi massa adalah suatu proses dalam mana komunikator-komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda-beda melalui berbagai cara”.

#### Definisi dari Stanley J. Baran

“komunikasi massa adalah proses penciptaan makna bersama antara media massa dan khalayaknya” (Baran, 2012: 7).

#### Definisi dari Richard Weat & Lynn H. Turner

“komunikasi massa adalah komunikasi pada khalayak dalam jumlah besar melalui banyak saluran komunikasi. Oleh karenanya, konteks komunikasi massa mencakup baik saluran maupun khalayak” (West&Turner, 2011: 41).

#### Definisi dari Roger D. Wimmer&Joseph R. Dominick (2014):

Definisi komunikasi massa era baru/era teknologi media, disampaikan oleh Wimmer&Dominick:

1. *mass communication, which is any form of communication transmitted through a medium (channel) that simultaneously reaches a large number of people`*

## 2. *Mass media are the channel that carry mass communication*

Dari definisi-definisi diatas terlihat bahwa komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan media yang mana media tersebut dapat diterima oleh khalayak yang sangat besar dan tersebar di berbagai penjuru.

Herbert Blumer (1939 dalam Mc Quail 2012) mendefinisikan massa sebagai jenis baru dari bentukan social dalam masyarakat modern, dan membandingkannya dengan bentuk lain, terutama kelompok, kerumunan, dan publik.

Dalam kelompok (*group*) kecil, semua anggota saling mengenali satu sama lain, sadar akan keanggotaan mereka, berbagi nilai yang sama, memiliki struktur hubungan tertentu yang selalu stabil, dan berinteraksi untuk mencapai tujuan tertentu.

Kerumunan (*crowd*) umumnya jumlahnya lebih besar, tetapi terbatas dalam lingkup yang dapat diamati dalam ruang tertentu. Kerumunan bersifat sementara dan jarang sekali terbentuk kembali dengan komposisi yang sama. Kerumunan mungkin memiliki derajat identitas yang tinggi dan berbagi rasa yang sama, tetapi biasanya tidak ada struktur atau tatanan moral seperti komposisi social. Mereka dapat bertindak, tetapi tindakannya seringkali memiliki karakter yang emosional dan tidak rasional.

Publik biasanya relatif besar, sangat tersebar, dan tahan lama. Publik cenderung terbentuk sikitiran isu atau masalah dalam kehidupan umum, dan tujuan utamanya adalah untuk membangun kepentingan atau opini dan untuk mencapai perubahan politik.

Massa dalam komunikasi massa mengandung pengertian orang banyak, lebih besar daripada kelompok, kerumunan atau publik. mereka tidak harus berada di suatu lokasi tertentu yang sama. Mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama.

### **B. Ciri-ciri Komunikasi Massa**

Untuk membedakan antara jenis komunikasi yang satu dengan yang lainnya maka masing-masing memiliki ciri-ciri tersendiri. Adapun ciri-ciri komunikasi massa adalah sebagai berikut:

#### 1. Komunikatornya Terlembaga

Menurut Wright, komunikator dalam komunikasi massa bergerak dalam organisasi yang kompleks, yang terdiri dari banyak orang yang terlibat didalamnya dari mulai wartawan, editor, pemimpin redaksi pemilik media, dll. Karena dalam organisasi yang kompleks maka memerlukan modal yang besar untuk menunjang kinerjanya. Memerlukan pula

peralatan yang lengkap. Apabila pesan itu disampaikan melalui Surat-kabar, maka prosesnya adalah sebagai berikut: komunikator menyusun pesan dalam bentuk artikel, apakah atas keinginannya atau atas permintaan pihak media massa bersangkutan. Selanjutnya pesan tersebut diperiksa oleh penanggungjawab rubrik. Dari penanggung jawab rubrik diserahkan kepada redaksi untuk diperiksa layak tidaknya pesan itu untuk dimuat dengan pertimbangan utama tidak menyalahi kebijakan dari lembaga media massa itu yang disesuaikan dengan visi misi perusahaan media tersebut. Ketika sudah layak pesan dibuat settingnya, lalu diperiksa oleh korektor, disusun oleh layout man agar komposisinya bagus, dibuat plate, kemudian masuk ke mesin cetak. Tahap terakhir setelah dicetak merupakan tugas bagian distribusi untuk mendistribusikan surat kabar yang berisi pesan itu kepada pembacanya.

Jika media komunikasi yang digunakan adalah media televisi, tentu akan banyak lagi melibatkan orang, seperti juru kamera, juru lampu, pengarah acara, bagian make up, floor manager dan lain-lain. Selain itu, peralatan yang digunakan lebih banyak serta dana yang diperlukan lebih besar (McQuail, 2005)

## 2. Khalayak Sasaran

Khalayak sasarnya luas, heterogen, anonim. Disebut luas karena jumlahnya banyak dan tersebar, tidak di batasi oleh jarak dan geografis. Disebut heterogen karena khalayak komunikasi massa sangat beragam, terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, baik dari segi pendidikan, jenis kelamin, agama, status sosial, dan sebagainya. Sedangkan anonim artinya masing-masing khalayak tidak mengenal satu dengan yang lainnya walaupun pada saat bersamaan mereka menerima pesan-pesan yang sama.

Pada komunikasi interpersonal. Komunikator akan mengenal komunikannya, mengetahui identitasnya seperti nama, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, bahkan mungkin mengenal sikap dan perilakunya.

Selain itu khalayak dalam komunikasi massa sifatnya berubah-ubah. Apa yang menarik perhatian pada suatu saat mungkin tidak akan menarik lagi di saat yang lain. Perhatian khalayak juga berbeda-beda tingkat intensitasnya.

## 3. Isi Pesan

Bersifat Umum, bukan perorangan atau pribadi untuk kepentingan orang banyak. Komunikasi massa itu ditujukan kepada semua orang bukan untuk sekelompok orang

tertentu. Pesan dalam komunikasi massa tidak secara sengaja ditujukan untuk golongan tertentu, seperti televisi misalnya karena dinikmati banyak orang maka harus mampu mengakomodir kepentingan orang banyak juga, maka dalam pemilihan bahasa harus menggunakan bahasa yang dapat dimengerti oleh orang banyak, bukan bahasa ilmiah misalnya yang hanya dimengerti oleh kelompok tertentu. Sifat umum disini juga harus dibedakan dengan program acara tertentu dalam televisi atau radio, dan rubrik tertentu dalam majalah atau surat kabar. Kalau rubrik tertentu memang untuk kalangan tertentu, maka dalam surat kabar terdiri dari banyak rubrik, iklan, dan lain-lain. Ini yang dinamakan pesan dalam komunikasi massa bersifat umum.

#### 4, Waktu Penyampaian

Dalam komunikasi massa waktu penyampaiannya cepat dan mampu menjangkau khalayak luas tidak terbatas secara geografis dan kultural.

Karena karakteristik ini media massa disebut sebagai Messages Multiplier; penyampaian pesan secara cepat dan menjangkau khalayak luas. Ciri ini bisa juga disebut komunikasi massa menimbulkan keserempakkan, contohnya acara final piala dunia yang disiarkan secara langsung di televisi dapat ditonton oleh penonton dari seluruh penjuru dunia pada waktu yang bersamaan atau hampir bersamaan.

#### 5. Komunikasi massa bersifat satu arah

Dalam beberapa definisi dan pengertian tentang komunikasi massa disebutkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan atau melalui media massa. Karena ciri tersebut maka komunikator dan komunikannya tidak bertemu secara langsung seperti yang terjadi pada komunikasi interpersonal (tatap muka), akibatnya respon tidak dapat diberikan secara langsung maka sifat komunikasi masa adalah satu arah (one-way traffic communication). Apabila kita sedang menonton berita di televisi kemudian ada beberapa bagian yang tidak dapat kita pahami, kita tidak dapat meminta penyiar untuk mengulang membacakan bagian yang tidak kita pahami itu, pesan harus diterima dengan apa adanya. akan tetapi pada konteks-konteks tertentu dapat bersifat dua arah.

#### 6. Mengutamakan unsur isi dari pada hubungan

Setiap komunikasi melibatkan unsur isi dan unsur hubungan. Pada komunikasi massa lebih mementingkan unsur isi, sedangkan dalam komunikasi antar pribadi lebih mengutamakan unsur hubungan.

Pada komunikasi antar pribadi isi pesan tidak begitu diperhatikan dalam arti tidak harus sistematis, dan tidak harus relevan antara satu dengan yang lain, perpindahan topik pembicaraan berjalan sangat fleksibel. Misalnya komunikasi dimulai dengan topik tentang olah raga, pindah pada topik tentang film, lalu topik tentang pacar, dan sebagainya. Dengan kata lain yang menentukan efektifitas komunikasi bukanlah struktur, tetapi aspek hubungan manusia. Bukan pada “apanya” tapi pada “bagaimana” Sedangkan pada komunikasi massa menekankan pada “apanya” (elvinaro&Lukiati Komala, 2004).

Dalam komunikasi massa isi pesan harus dibuat terstruktur sedemikian rupa berdasarkan kriteria tertentu.

#### 7. Umpan Balik (Feedback) dalam komunikasi massa

Karena komunikasi massa bersifat satu arah maka feedback (umpan balik) nya bersifat tertunda (delayed feedback). Maksudnya adalah komunikasi dalam komunikasi massa tidak bisa memberikan respon langsung pada komunikator tidak seperti dalam komunikasi antar pribadi, karena dalam komunikasi massa pesan disampaikan lewat media massa tidak secara langsung (tatap muka).

Umpan balik biasanya berupa surat pembaca, melalui fax, telepon, e-mail, dsb. Tetapi dengan adanya kemajuan yang pesat dibidang teknologi komunikasi apakah memungkinkan komunikasi yang dua arah dapat berlangsung (dalam komunikasi massa)? Jika dilihat sepintas memang hal itu memungkinkan, seperti acara dialog interaktif di televisi atau radio, dimana khalayak (penonton maupun pendengar) di rumah dapat berpartisipasi secara langsung melalui telepon pada saat siaran berlangsung. Karena komunikasi melalui telepon secara langsung merupakan komunikasi dua arah. Tetapi perlu dilihat bahwa komunikasi dua arah tersebut terjadi pada khalayak yang sangat terbatas, yaitu yang menelpon saja, padahal khalayak komunikasi massa demikian luas dan tak terbatas. Maka dalam hal ini umpan balik dalam komunikasi massa tetap merupakan umpan balik yang tertunda.

#### 8. Stimulasi Alat Indera yang Terbatas

Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indera bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada siaran radio dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indra penglihatan dan pendengaran. Sedangkan komunikasi antarpersonal yang bersifat

tatap muka, maka seluruh alat indera pelaku komunikasi, komunikator dan komunikan, dapat digunakan secara maksimal. Kedua belah pihak dapat melihat, mendengar secara langsung, bahkan mungkin merasakan.

Karakteristik ini juga merupakan kelemahan dari komunikasi massa, contohnya; orang buta hanya bisa mendengarkan radio, tidak bisa membaca surat kabar dan menonton televisi.

Dari beberapa karakteristik tersebut diatas maka dapat dilihat perbedaan-perbedaan antara apa yang disebut dengan komunikasi massa dan apa pula komunikasi antar pribadi (tatap muka).

Komunikasi Massa; Konsekuensi menggunakan media, konsekuensi memiliki khalayak luas & beragam, pengaruh sosial dan kultural. Adapun perbedaan secara teknis menurut Elizabeth Noelle-Neuman ada 4 tanda pokok dari komunikasi massa yang tidak terdapat pada komunikasi interpersonal yaitu; bersifat tidak langsung, bersifat searah, bersifat terbuka, mempunyai publik yang tersebar secara geografis.

### **C. FUNGSI-FUNGSI KOMUNIKASI MASSA**

Seperti halnya definisi komunikasi massa, fungsi komunikasi massa pun terdiri dari bermacam pendapat, banyak definisi mengenai fungsi komunikasi massa, beberapa ahli membedakan antara fungsi komunikasi massa bagi individu dan fungsi komunikasi massa bagi masyarakat. Membicarakan fungsi komunikasi massa tidak bisa lepas dari media massa karena media massa adalah alat untuk menyampaikan pesan dari komunikasi massa. Di sini akan dijelaskan beberapa fungsi komunikasi massa yang di rangkum dari berbagai pendapat anatara lain; Dennis McQuail, Harold D. Lasswell, Charles Robert Wright, Jay Black dan frederick C, Whitney, Onong Uchjana Effendy, John Vivian, Joseph R. Dominick, dan lain-lain.

#### **1. Informasi**

Yang dimaksud fungsi informasi adalah komunikasi massa menyediakan informasi tentang peristiwa yang terdapat di dalam masyarakat, baik nasional maupun Internasional. Informasi adalah memberitahukan hal-hal penting yang terjadi di seluruh dunia. Fungsi informasi menyangkut berbagai bidang, semua peristiwa bisa menjadi sumber informasi, dalam media massa bentuknya bermacam-macam seperti, berita; politik, ekonomi, kesehatan, Iptek. Iklan juga dapat dikategorikan sebagai informasi. Informasi dapat diketahui melalui bermacam cara, tetapi yang paling efektif melalui media massa baik cetak, elektronik, maupun media digital.

Informasi sangat dibutuhkan oleh khalayak, karena pada dasarnya semua manusia membutuhkan informasi. Iklan memberikan informasi tentang produk-produk kebutuhan hidup manusia. Surat kabar berisi bermacam informasi dari seluruh dunia. Buku dapat juga menjadi sumber informasi bagi khalayak, buku dimaksud yang berisi tentang fakta dan informasi dari seseorang yang ahli dibidang masing-masing, yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, misalnya buku pelajaran sekolah, buku tentang masak-memasak, buku tentang kesehatan, dan lain sebagainya. Film sebagai salah satu jenis media massa juga sarat dengan informasi, misalnya film documenter atau film yang dibuat berdasarkan kisah nyata. Film jenis ini dapat dikatakan memiliki fungsi informasi karena dibuat berdasarkan fakta bukan hanya fiksi.

## **2. Pendidikan**

Sumber utama dari pendidikan di masyarakat adalah sekolah atau perguruan tinggi, namun media juga melakukan fungsi yang dilakukan lembaga pendidikan. Media adalah pendidik seumur hidup bagi masyarakat. Mereka memberikan kita pengetahuan yang komprehensif dari topik yang dipilih. Konten non-berita atau konten berbasis berita seperti editorial, artikel, kolom di surat kabar menyediakan gagasan lengkap tentang segala hal secara mendalam. Majalah Kesehatan, majalah IT juga contoh untuk pendidikan melalui media.

Fungsi mendidik dalam komunikasi massa merupakan fungsi yang dilakukan komunikasi massa dalam memberikan pendidikan kepada masyarakat untuk berpikir kritis dan memiliki pengetahuan yang luas dalam bidang ekonomi, politik, hukum, sosial-budaya, termasuk pembinaan moral dan pendidikan budi pekerti. Dalam menjalankan fungsi ini media elektronik terutama televisi biasanya mengemas acara dalam bentuk drama, *talkshow*, dan lain-lain. Intinya pesan yang bermuatan pendidikan dikemas sesuai bentuk media massa tersebut.

## **3. Hiburan**

Terlepas dari berbagai jenis media, media massa adalah penghibur sejati. Semua media memiliki konten hiburan. Fungsi menghibur dalam komunikasi massa dimaksudkan bahwa media massa menyajikan program hiburan bagi masyarakat terutama untuk relaksasi, pengalihan perhatian, dan meredakan ketegangan social. Acara-acara hiburan seperti film, musik, komedi, olah raga yang lebih banyak diminati. Di Indonesia fungsi hiburan paling banyak dilakukan oleh media elektronik terutama televisi dan radio, hal ini dikarenakan masyarakat Indonesia masih menjadikan televisi dan radio sebagai media hiburan untuk seluruh keluarga. Sedangkan media massa cetak seperti Majalah dan Surat Kabar lebih banyak menjalankan fungsi informasi, walaupun ada juga hiburan dalam media

cetak tetapi presentasinya lebih kecil. Contoh hiburan dalam media cetak yaitu; cerita pendek, teka-teki silang, kartun, komik dan sebagainya.

#### **4. Fungsi Meyakinkan**

a. mengukuhkan sikap

Menjadikan kepercayaan, sikap, nilai dan opini seseorang semakin kuat

b. mengubah sikap

Mengubah sikap seseorang yang netral agar mengikuti kehendak pihak-pihak tertentu melalui tayangan-tayangan atau tulisan-tulisan media massa.

c. menggerakkan

Dilihat dari sudut pandang pemasang iklan, fungsi terpenting dari media adalah menggerakkan para konsumen untuk bertindak (membeli).

d. menawarkan etika atau sistem nilai tertentu.

dengan mengungkapkan secara terbuka adanya penyimpangan tertentu dari suatu norma yang berlaku, media merangsang masyarakat untuk mengubah situasi. Contoh tanpa dipublikasikannya skandal *Brunai Gate*, *Bulog gate*, tidaklah muncul tuntutan masyarakat yang akhirnya menjatuhkan pemerintahan Gus Dur.

#### **2. Menganugerahkan Status**

Seseorang yang namanya sering dimuat di media maka ia menjadi begitu penting dan terkenal. Sebaliknya orang penting yang namanya jarang dimuat di media lambat laun akan hilang dan terlupakan. Lazarsfeld dan Merton mengatakan:

”Jika anda benar-benar penting, anda akan menjadi pusat perhatian massa, dan jika anda menjadi pusat perhatian massa, berarti anda memang penting”. Sebaliknya, tentu saja, Jika anda tidak mendapat perhatian massa, maka anda tidak penting.”

#### **5. Fungsi Membius (*Narcotizing*)**

Fungsi ini di perkenalkan pertama kali oleh Paul Lazaefeld dan Robert K. Merton (dalam Nurudin, 2003). Fungsi *narcotizing* berarti bahwa apabila media menyajikan informasi tentang sesuatu, penerima percaya bahwa tindakan tertentu telah diambil. Sebagai akibatnya, pemirsa tau penerima terbius kedalam keadaan tidak aktif seakan-akan berada dalam pengaruh narkotik.

Media massa yang tidak dikelola dengan baik yang hanya mengejar keuntungan materiil atau menjadi alat kekuasaan pihak-pihak tertentu, akan menghasilkan produk-produk yang dapat meresahkan masyarakat, seperti “racun” yang sangat berbahaya bila dikonsumsi oleh masyarakat luas.

## **6. Menciptakan rasa kebersamaan**

Salah satu fungsi komunikasi massa yang tidak banyak orang menyadarinya adalah kemampuannya membuat kita merasa menjadi anggota suatu kelompok.

Misal: Seorang pemirsa TV yang sedang sendirian, duduk dikamarnya menyaksikan televisi sambil menikmati makan malam. Program-program TV membuat si orang yang kesepian ini merasa menjadi anggota sebuah kelompok yang lebih besar.

## **7. Fungsi Integrasi dan Empati**

Masyarakat Indonesia yang majemuk, terdiri dari berbagai suku bangsa dengan kebudayaannya masing-masing. Dengan banyaknya media massa seperti radio, TV, surat kabar, majalah, dan film menjadi semakin terbuka peluang-peluang untuk saling mengenal, saling memahami budaya antar berbagai suku bangsa. Dari situlah akan terjadi perubahan citra (*image*) di kalangan masyarakat. Jika semula orang dari suku bangsa tertentu menilai buruk suku bangsa yang lain, maka lambat laun akan terkikis setelah mereka memahami berbagai hal terutama kebudayaan dari suku bangsa lainnya.

Media massa dapat juga menjadikan khalayak memiliki rasa empati sosial yaitu dengan di publikasikannya informasi atau cerita tentang kehidupan di daerah tertentu maka masyarakat memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, mengidentifikasi diri dengan orang lain, dan meningkatkan rasa memiliki. Dengan munculnya rasa empati dapat membantu menjalankan peran sosial bagi masyarakat.

## **8. Transmisi Budaya**

Komunikasi massa melestarikan dan mewariskan nilai-nilai sosial dari suatu generasi kepada generasi berikutnya. Melalui proses sosialisasi, anggota baru suatu masyarakat dapat belajar peranan orang lain di dalam masyarakat, sekaligus dapat mengerti posisi sosial dan menempatkan dirinya secara tepat di dalam pergaulan sosial. Sebagian dari pengalamannya ini tentunya dapat diperoleh melalui komunikasi massa yang sarat dengan berbagai informasi tentang berbagai peranan dan berbagai kegiatan anggota masyarakat.

## **9. Surveillance (Pengawasan)**

Joseph R. Dominick menyatakan Pengertian *surveillance* merujuk kepada pengumpulan dan distribusi informasi mengenai kejadian-kejadian yang terjadi di lingkungan sekitar kita atau dapat dikatakan media massa sebagai alat untuk memonitor apa yang terjadi disekitar masyarakatnya. Yang dimaksud pengawasan media massa yaitu media menyajikan informasi yang diperoleh dari hasil pengawasan media yang tidak dapat dilakukan masyarakat. (Dominick, 1999)

*Surveillance* dibagi ke dalam dua bagian:

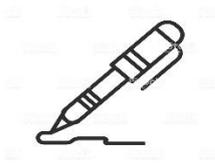
- Pertama, *beware surveillance* (pengawasan peringatan), yaitu ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari bencana alam (banjir, gunung meletus, dll), kondisi efek yang memprihatinkan, tayangan inflasi atau adanya serangan militer.
- Kedua, *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental), yaitu penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya berita tentang harga barang kebutuhan pokok sehari-hari sangat berguna bagi masyarakat, produk-produk baru yang muncul di pasaran, perkembangan fashion, resep masakan dan sebagainya (Dominick, 1999).

Berita merupakan bentuk nyata dari fungsi media massa sebagai pengawasan lingkungan. Ramalan cuaca di televisi bisa membuat pemirsa berjaga-jaga atau bersiap-siap membawa payung jika keluar rumah. Dari laporan Bursa Efek Indonesia, orang bisa memutuskan akan berinvestasi atau tidak. Dari berita, orang akan mendukung presidennya atau tidak, dan lain sebagainya. (John Vivian, 2008).

#### **10. Meningkatkan Aktivitas Politik**

Dengan seringnya seseorang mengonsumsi media massa baik cetak maupun elektronik maka pengetahuannya akan bertambah, tak terkecuali dalam bidang politik, sehingga dapat meningkatkan kesadaran mereka untuk melakukan aktivitas politik. Juga sebagai sarana sosialisasi politik. Masyarakat dapat belajar tentang seluk beluk politik lewat media massa. Juga aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan politik. Contoh; pada saat menjelang pemilu media massa berfungsi sebagai sarana pembelajaran kepada masyarakat tentang tata cara memilih, menyoblos atau mengenal kandidat-kandidat yang ikut dalam pemilihan umum tersebut.

Selain itu media massa menyediakan platform wacana politik, memfasilitasi pembentukan opini public, dan menyiapkan opini balikan dari mana saja datangnya.



## LATIHAN

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

1. Mengapa dalam komunikasi massa unsur aktualitas sangat penting?
2. Apa yang dimaksud dengan fungsi komunikasi massa sebagai menganugerahkan status?
3. Mengapa pesan dalam komunikasi massa bersifat terbuka? Jelaskan!
4. Mengapa komunikasi massa lebih mengutamakan unsur isi daripada hubungan?
5. Diskusikan tentang perubahan pengertian komunikasi massa akibat perubahan pesat teknologi dibidang komunikasi dan informatika saat ini.

### Petunjuk Jawaban Latihan

Untuk dapat menjawab pertanyaan latihan tersebut, silahkan saudara membaca materi kegiatan belajar 15, jika belum memahami bacalah buku Pengantar Ilmu Komunikasi yang lain, atau diskusikan dengan teman anda.



## RANGKUMAN

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses membuat, mengirim, menerima, dan menganalisis pesan ke khalayak luas melalui media. Ini adalah bidang yang luas yang tidak hanya mempertimbangkan bagaimana dan mengapa pesan dibuat, tetapi media yang digunakan untuk mengirimnya. Media ini luas, dan termasuk media cetak, digital dan internet, media sosial, radio, dan televisi. Komunikasi massa bersifat multi-disiplin, yang menggabungkan unsur-unsur bidang terkait seperti komunikasi strategis, komunikasi kesehatan, komunikasi politik, komunikasi pemasaran terpadu, jurnalisme, dan banyak lagi.

## REFERENSI

- Bittner. John R. 1989. *Mass communication an Introduction*. Prentice Hall.
- Elvinaro dan Lukiati Komala. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- J.B. Wahyudi, 1991. *Komunikasi Jurnalistik*, Bandung: Alumni.
- Kurniawan Junaedhie. 1991. *Ensiklopedi Pers Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia.
- McQuail, Dennis. 2005. *Mass Commnication Theory An Introduction*. Edisi kelima. Sage Publication. London.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: RajaGrafindoPersada.
- Roger D. Wimmer&Joseph R. Dominick. 2014. *Mass media research an introduction, tenth edtion*. Wadsworth, Boston USA
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Kencana
- West, Richard and Turner, Lynn H. 2011. *Pengantar Teori komunikasi, Analisis dan Aplikasi*, Jakarta: Salemba Humanika.
- Baran Stanley J. and Davis, Dennis K. 2012. Penerjemah S. Rouli Manulu. *Pengantar Komunikasi Massa, Melek Media dan Budaya*. Jakarta: Erlangga