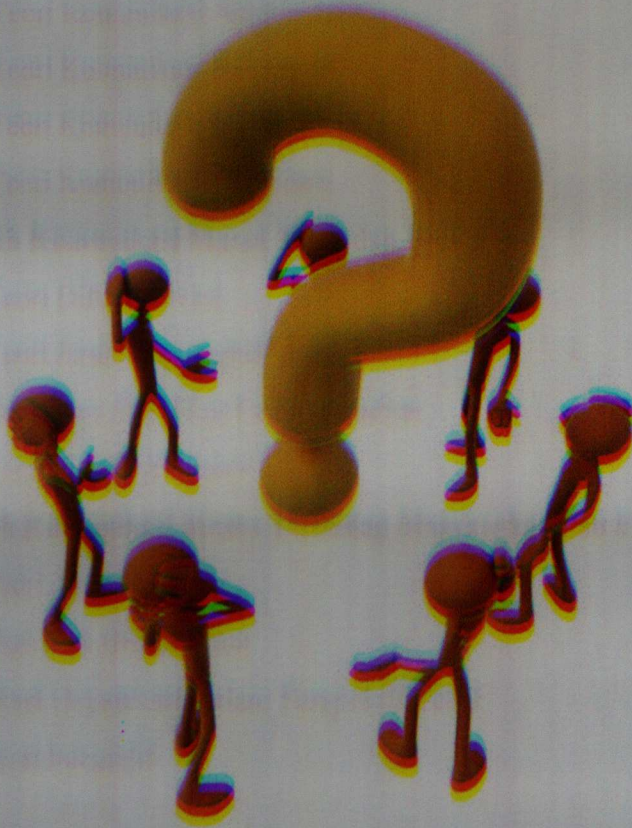


# TEORI KOMUNIKASI

Indira Fatra Deni P, MA



PERPUSTAKAAN  
UIN - SU  
MEDAN

TGL. TERIMA :	.....
NO. INBUK	.....
ASAL	.....

## DAFTAR ISI

<b>Kata Pengantar</b>	<b>i</b>
<b>Daftar isi</b>	<b>ii</b>
<b>I: Pengertian Teori Dan Komunikasi</b>	<b>1</b>
a: Pengertian Dan Fungsi Teori	1
b: Sekilas Tentang Komunikasi	2
<b>II: Karakteristik Komunikasi Perspektif Islam</b>	<b>14</b>
<b>III: Jenis-Jenis Teori Komunikasi</b>	<b>20</b>
a: Teori Komunikasi Interpersonal	20
b: Teori Komunikasi Antarbudaya	30
c: Teori Komunikasi Kelompok	31
d: Teori Komunikasi Massa	34
e: Teori Komunikasi Organisasi	35
<b>IV: Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Individu</b>	<b>38</b>
a: Teori Difusi Inovasi	38
b: Teori Jarum Hipodermik	39
c: Teori <i>Two Step Flow Communication</i>	39
d: Teori <i>Spiral Of Silence</i>	41
<b>V: Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Masyarakat Dan Budaya</b>	<b>42</b>
a: Teori <i>Agenda Setting</i>	42
b: <i>Uses Dan Gratification</i>	43
<b>VI: Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Teori</b>	<b>44</b>
a: Teori Integratif	44

## I: Pengertian Teori dan Komunikasi

### A: Pengertian dan Fungsi Teori

Teori adalah serangkaian bagian atau variabel, definisi, dan dalil yang saling berhubungan yang menghadirkan sebuah pandangan sistematis mengenai fenomena dengan menentukan hubungan antar variabel, dengan menentukan hubungan antar variabel, dengan maksud menjelaskan fenomena alamiah. Labovitz dan Hagedorn mendefinisikan teori sebagai ide pemikiran "pemikiran teoritis" yang mereka definisikan sebagai "menentukan" bagaimana dan mengapa variable-variabel dan pernyataan hubungan dapat saling berhubungan<sup>1</sup>

Istilah teori mempunyai makna berbeda didalam setiap ilmu pengetahuan perbedaan ini dipengaruhi oleh metodologi dan konteks diskusi. Secara umum, teori adalah analisa korelasi antara fakta yang satu dengan fakta yang lain kemudian teori bersifat sementara sebelum ditemukannya teori baru dalam penjelasan suatu fakta tersebut

Teori merupakan konseptualisasi atau penjelasan logis atau empiris tentang suatu fenomena. Menurut Kerlinger, teori adalah serangkaian asumsi, konsep, konstruk, definisi dan proposisi untuk menerangkan suatu fenomena secara sistematis dengan cara menghubungkan antara konsep<sup>2</sup>

Kata teori dalam ilmu sosial mengandung beberapa pengertian :

1. Teori adalah reaksi dari realitas.
2. Teori terdiri dari sekumpulan prinsip-prinsip dan definisi-definisi yang secara konseptual mengorganisasikan aspek-aspek dunia empiris secara sistematis.
3. Teori terdiri dari asumsi-asumsi, proposisi-proposisi, dan aksioma-aksioma dasar yang berkaitan.
4. Teori terdiri dari teorema-teorema yakni generalisasi-generalisasi yang diterima/ terbukti secara empiris.<sup>3</sup>

### Fungsi Teori

1. Mengorganisasikan dan menyimpulkan
2. Memfokuskan
3. Menjelaskan
4. Pengamatan
5. Prediksi
6. Herunistik
7. Menerima kritikan
8. Kontrol bersifat normatif
9. Generatif<sup>4</sup>

<sup>1</sup> John W. Creswell, *Research Design: Qualitative & Quantitative Approach*, (London: Sage, 1993) hal 120

<sup>2</sup> Syukur Kholil, *Teori Komunikasi Massa*, (Bandung: citapustaka media, 2011), H. 8

<sup>3</sup> *Ibid*...:h.9

<sup>4</sup> *Ibid*...:h.11

## Peran Teori Dalam Penelitian

### Pertanyaan



### B. Sekilas Tentang Komunikasi

Keilmuan komunikasi tidak dapat dipungkiri adalah hasil dari beberapa teori keilmuan sosial. Dimana ilmu sosial adalah induk dari ilmu komunikasi. Sejarah teori komunikasi menempuh dua jalur. Pertama, kajian dan sumbangan pemikiran Auguste Comte, Durkheim, Talcott Parson dan Robert K. Merton merupakan sumbangan paradigma fungsional bagi lahirnya teori-teori komunikasi yang beraliran structural-fungsional. Kedua, sumbangan-sumbangan pemikiran Karl Marx dan Habermas menyumbangkan paradigma konflik bagi lahirnya teori-teori konflik dan teori kritis dalam kajian ilmu komunikasi.<sup>3</sup>

### Sekilas Tentang Asal Usul Komunikasi Manusia

Menurut Everet M. Rogers (1986) yang menulis didalam *Communication Technology: The New Media In Society*, menuliskan jika sejarah komunikasi ditaksirkan diawali sejak sekitar 35.000 tahun sebelum Masehi. 13000 tahun setelahnya ; perkiraan tahun 22.000 SM, ditemukannya lukisan yang tertulis didalam gua oleh para fakar pra-sejarah yang merupakan menjadi cikal bakal media komunikasi yang dilakukan manusia saat itu.

Periode	Temuan	Tahun
Pertama	Kronologi Sejarah Perkembangan Komunikasi Manusia	1: 35.000 SM Zaman Cromagnon Bahasa diperkirakan telah dikenal
		2: 22.000 SM lukisan-lukisan dalam gua
Kedua	Era Komunikasi Cetakan	1: Tahun 1456 Gutenberg menemukan alat

<sup>3</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2008) h. 235.

		<p>mesin cetak (metal) <i>hand-press</i>:</p> <p>2. Tahun 1833 Penerbitan surat kabar Penny Press yang pertama; The New York Sun.</p> <p>3. Tahun 1839 Daguerre menemukan metode fotografi yang praktis untuk surat kabar.</p>
Ketiga	Era Telekomunikasi	<p>1: Tahun 1844 Samuel Morse mengirimkan pesan melalui alat telegraph yang pertama:</p> <p>2: Tahun 1876 Alexander Graham Bell mengirimkan pesan melalui pesawat telepon yang pertama</p> <p>3: Tahun 1894 Penemuan film bioskop:</p> <p>4: Tahun 1895 Guglielmo Marconi mengirimkan pesan melalui radio:</p> <p>5: Tahun 1912 Lee de Forest menemukan <i>vacuum tube</i>.</p> <p>6: Tahun 1920 Siaran radio pertama oleh KDKA di Pittsburgh; Amerika Serikat.</p> <p>7: Tahun 1933 RCA di Amerika Serikat mendemostrasikan TV:</p> <p>8: Tahun 1941 Siaran TV komersial pertama</p>

Keempat	Era Komunikasi Interaktif	<p>1. Tahun 1946 Penemuan Mainframe Computer, ENIAC dengan 18.000 vacuum tubes oleh Universitas Pennsylvania, Amerika Serikat.</p> <p>2. Tahun 1947 William Shockley, John Bardeen dan Walter Brattain menemukan pesawat radio transistor</p> <p>3. Tahun 1956 Penemuan videotape oleh perusahaan Ampex, Redwood City, California, Amerika Serikat</p>
---------	---------------------------	--

Melvin deffleur dan sandra j. Ball rokeach dalam buku theoris of mass communication mengatakan lima revolusi komunikasi massa

- 1: Zaman penggunaan tanda dan isyarat sebagai alat komunikasi (*the age of sign and signal*)
- 2: Zaman digunakan percakapan dan bahasa (*the age of speech and language*)
- 3: Zaman digunakan tulisan (*the age of writing*)
- 4: Zaman media cetak (*the age of print*)
- 5: Zaman media masa (*the age of mas communication*)<sup>6</sup>

Perkembangan terakhir ilmu komunikasi di Indonesia saat ini dipengaruhi oleh tiga paradigma besar. Pertama, paradigma teori konvensional, yaitu paradigma teori yang dianut oleh para ilmuwan komunikasi yang secara keilmuannya mengembangkan teorinya secara linier. Para ilmuwan ini memiliki kecenderungan memandang teori komunikasi secara tradisional, mereka sejak semula telah mempelajari bidang komunikasi sejak jenjang pendidikan S1 dan tidak memalingkan pandangan terhadap teori-teori lain disekitar ilmu komunikasi. Kedua, paradigim kritis dan perspektif komunikasi, yaitu paradigma komunikasi yang dianut oleh para sarjana yang awalnya terutama S1 belum mempelajari teori komunikasi, kemudian secara serius mempelajari komunikasi secara kritis dan menurut perspektif komunikasi yang dilihatnya. Paradigm ini antara lain adalah sosiologi komunikasi, hukum komunikasi dan hukum media,

<sup>66</sup> Syukur.....: Teori.. h. 15

psikologi komunikasi, komunikasi antarbudaya, komunikasi politik, komunikasi organisasi, komunikasi public, komunikasi sosial, semiotika komunikasi, public relation dan sebagainya. Ketiga, paradigma teknologi media: Paradigma ini lahir dari para peminat teknologi telematika, terutama oleh para sarjana teknologi informasi. Walaupun paradigma ini tidak terlalu berpengaruh dalam kaneh teori komunikasi bila dibandingkan pada paradigma sebelumnya, namun teori-teori komunikasi menggunakan perkembangan teknologi media ini untuk merevisi berbagai teori komunikasi yang ada hubungannya dengan media dan komunikasi massa.

Terdapat 126 definisi komunikasi yang dapat dikumpulkan oleh Frank E.X. Dance. semuanya setelah dirangkum dapat dikategorikan menjadi 13 komponen konseptual. Yaitu:

1. **Simbol/verbal/ujaran**, komunikasi adalah pertukaran pikiran atau gagasan secara verbal. (Hoben, 1954).
2. **Pengertian/pemahaman**, proses di mana kita memahami dan dipahami orang lain. Komunikasi merupakan proses yang dinamis dan secara konstan berubah sesuai dengan situasi yang berlaku. (Anderson, 1959).
3. **Interaksi/hubungan/proses sosial**. Interaksi adalah perwujudan komunikasi. Tanpa komunikasi tidak akan terjadi interaksi. (Mead, 1963).
4. **Pengurangan rasa ketidakpastian**. Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego. (Burnland, 1964)
5. **Proses komunikasi** adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dll. melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka dll.
6. **Pengalihan/penyampaian/pertukaran**. Penggunaan kata komunikasi menunjuk pada pengalihan dari suatu benda atau orang ke benda atau orang lainnya menjadi bermakna. Misal kata pohon mewakili objek pohon.
7. **Menghubungkan/menggabungkan**. Komunikasi adalah proses yang menghubungkan satu bagian kehidupan dengan bagian lainnya.
8. **Kebersamaan**. Komunikasi adalah proses yang membuat sesuatu yang semula dimiliki seseorang menjadi milik dua orang atau lebih.
9. **Saluran/jalur/alat**. Komunikasi adalah alat pengirim pesan. Misalnya telegraph, telepon, radio, kurir, dll.
10. **Replikasi memori**. Komunikasi adalah proses mengarahkan perhatian dengan menggugah ingatan.
11. **Tanggapan Diskriminatif**, komunikasi adalah tanggapan pilihan atau terarah pada suatu stimulus.
12. **Stimuli**, setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai penyampaian informasi yang berisikan stimuli diskriminatif, dari suatu sumber terhadap penerima.
13. **Tujuan/kesengajaan**, komunikasi pada dasarnya penyampaian pesan yang disengaja dari sumber terhadap penerima dengan tujuan mempengaruhi tingkah laku pihak penerima.

14. Waktu/situasi, komunikasi merupakan suatu transisi dari suatu struktur keseluruhan situasi atau waktu sesuai pola yang diinginkan.

15. Kekuasaan/kekuatan, komunikasi adalah suatu mekanisme yang menimbulkan kekuatan atau kekuasaan.<sup>7</sup>

Istilah kata komunikasi sekarang ini pada dasarnya sudah sering diucapkan. Di kalangan mahasiswa, pelaku bisnis dan lain-lain. Mereka semua sudah tidak asing lagi dalam menggunakan kata komunikasi. Oleh karenanya dianggap penting. Sebelum kita mengetahui lebih dalam definisi komunikasi interpersonal terlebih dahulu diartikan definisi komunikasi. Agar kita tidak berbeda paham dalam memaknakan arti kata komunikasi. Kata komunikasi atau *Communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin yaitu *Communis* yang berarti sama, *Communio*, *Communicatio* atau *Communicare* yang berarti "membuat sama" (*To Make Common*).<sup>8</sup> Dalam pandangan Deddy Mulyana Komunikasi adalah *Human Communication*. Orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator, kemudian orang yang menerima pesan tersebut dinamakan komunikan. Untuk tugasnya komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikannya.

Menurut pandangan beberapa ahli, diantaranya; (1) Sarah Trenhom dan Arthur Jensen (1996) menjelaskan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan pada penerima melalui saluran atau media. (2) Berelson dan Stainer (1964) komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain melalui simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka dan lainnya. (3) Everet M. Rogers & Lawrence Kincaid (1981) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain yang ada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam. (4) Ruesch (1957) komunikasi merupakan proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian yang lain dalam kehidupan. (5) Weaver (1949) menyatakan, komunikasi adalah seluruh prosedur melalui pikiran, dimana seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lain.<sup>9</sup>

Secara etimologis atau menurut asal katanya, istilah komunikasi berasal dari bahasa latin, yaitu *communication* yang asal katanya *comunis* yang artinya adalah *sama makna*, yaitu sama makna dalam satu hal<sup>10</sup> jadi, komunikasi berlangsung bila antara orang-orang yang terlibat dapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan.

Harold Lasswell menyatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: "*who says what in which channel to whom with what effect*" [siapa yang mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek bagaimana]. Carl I. Hovland

<sup>77</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Teori\\_komunikasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Teori_komunikasi)

<sup>8</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar* (Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 2007), h: 46.

<sup>9</sup> Marheni Fajar, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, h: 31-32.

<sup>10</sup> Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), h:3.



menyatakan " *communicationis the process to modify the behavior of other individuals* " komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain. <sup>11</sup>

Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Hal ini sejalan dengan beberapa pendapat Effendy bahwa komunikasi adalah proses penyampaian Suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media. <sup>12</sup>

William G. Himstreet dan Wayne Murlin Baty mengemukakan komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antara individu melalui sistem yang biasa, baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal maupun perilaku dan tindakan. <sup>13</sup>

Everett M. Rogers seorang pakar sosiologi pedesaan di Amerika bersama D. Lawrence Kincaid mendefinisikan komunikasi sebagai proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam

Shannon dan Weaver mengatakan bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas bentuk komunikasi menggunakan komunikasi verbal maupun nonverbal, tetapi juga dalam bentuk ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi. <sup>14</sup>

Schram berpendapat bahwa esensi dari komunikasi adalah terutama dalam pengertian pesan, sehingga antar penerima dan pengirim dapat mengartikan hal yang sama terhadap suatu pesan. <sup>15</sup> Dengan demikian komunikasi yang berlangsung antara seseorang dengan orang lain di harapkan dapat menimbulkan pengertian yang sama terhadap suatu pesan, sehingga akhirnya pesan itu milik bersama

Theonordosen and Theonordosen 1969, memberi batasan lingkup *communication* berupa penyebaran informasi, ide-ide, sikap-sikap, atau emosi dari seseorang atau kelompok kepada yang lain (atau lainnya) terutama symbol-simbol. Garbner 1967, mengatakan *communication* dapat di defenisikan sebagai *social action* melalui pesan-pesan. Onong Uchjana mengatakan komunikasi sebagai proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran, atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bias merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bias berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. <sup>16</sup>

<sup>11</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Rosdakarya, 2004), h.10.

<sup>12</sup> *Ibid.*: h. 5.

<sup>13</sup> Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis* (Jakarta: Erlangga, 2003), h.3.

<sup>14</sup> Hafied Changara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998), h. 24.

<sup>15</sup> J.E. Wahyudi, *Media Komunikasi Massa Televisi* (Bandung: Alumni, 1988), h. 36.

<sup>16</sup> Burhan, *Sosiologi ...*, h. 30-31.

Lingkup komunikasi pada hakikatnya menyangkut persoalan-persoalan yang ada kaitannya dengan substansi interaksi sosial orang-orang dalam masyarakat, termasuk konten interaksi yang dilakukan secara langsung maupun dengan media komunikasi.

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku. Baik secara lisan maupun melalui media.<sup>17</sup> Sebagai penjelasannya bahwa seorang komunikator merupakan *Agent Social Control* yang mampu merubah sikap dan perilaku komunikannya kearah yang lebih baik lagi. Kemudian bila merujuk pada definisi diatas seorang komunikator memiliki peran penting dalam perbaikan kehidupan manusia. Ini sejalan dengan firman Allah Swt Q.S : Ali Imran/3 :104, yaitu:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

"Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung."<sup>18</sup>

Ayat tersebut secara tekstual dilihat bahwa adanya komunikator sebagai corong kedamaian umat. Proses pengabdian kepada Allah Swt yang maha kuasa tidak terlepas dari peran beberapa orang sebagai *Top lieder* dalam menyampaikan risalah dakwah Islam, sebagai petunjuk dan penjelas bagi manusia. Kemudian pula kesempurnaan dari persaudaraan itu adalah saling mengajak kepada kebaikan dan mencegah kejahatan dan dosa.<sup>19</sup>

Dari beberapa definisi dan pengertian komunikasi diatas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain melalui suatu media tertentu dengan tujuan untuk merubah pendapat, sikap dan perilaku orang lain tersebut.

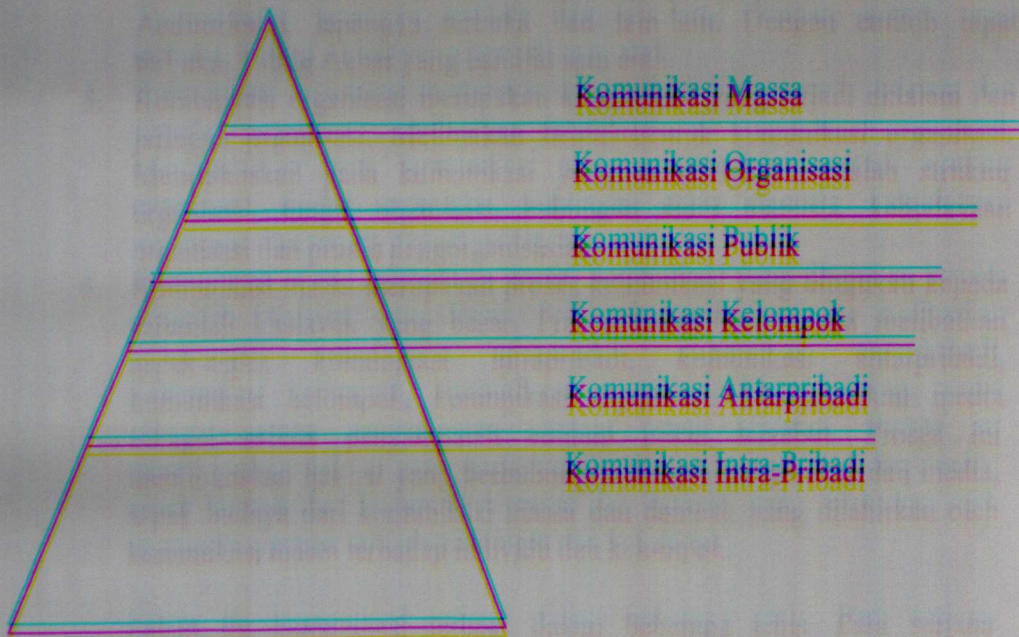
Komunikasi sarana hubungan antar manusia baik individu maupun kelompok dalam kehidupan sehari-hari yang melibatkan sejumlah orang lain dimana seseorang ingin menyampaikan sesuatu kepada orang lain. Dalam proses tersebut dibutuhkan kecakapan komunikator dan komunikan dalam menerima dan mengartikan suatu pesan informasi serta meneruskan atau mengungkapkannya kepada orang lain, sehingga akhirnya pesan itu milik bersama:

<sup>17</sup> Onong Uchjana Effendi, *Dinamika*..., h. 5.

<sup>18</sup> Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2006) h. 50.

<sup>19</sup> Zamal Arifin Zakaria, *Tafsir Inspirasi, Inspirasi Seputar Kitab Suci Al-Quran* (Medan: Duta Azhar, 2012) h. 71.

Dalam komunikasi banyak bentuk komunikasi tersebut, yaitu: komunikasi intra pribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, komunikasi organisasi dan komunikasi massa.<sup>20</sup>



#### Tataran Komunikasi

1. Komunikasi intrapribadi merupakan sebuah proses yang terjadi pada diri sendiri. Yang terjadi daalam diri seseorang. Menjadi pusat perhatiannya adalah bagaimana jalannya proses pengolahan informasi yang dialami oleh seseorang melalui sistem syaraf dan inderanya. karena Perjalanan proses komunikasi disini adalah melalui sistem syaraf dan inderanya. Teori komunikasi intrapribadi membahas mengenai proses membahas seputar ingatan, pemahaman dan interpretasi akan sesuatu objek yang diterima melalui panca indera.
2. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi interpersonal atau perorangan dan bersifat pribadi baik yang terjadi secara langsung (tanpa medium) maupun tidak langsung (melalui medium). Meliputi percakapan langsung, melalui telephone. Memfokuskan pada sifat hubungan (*Relationship*), percakapan (*Discourse*), interaksi dan karakteristik komunikator. Teori komunikasi interpersonal umumnya memfokuskan pengamatannya pada bentuk dan sifat-sifat hubungan Kegiatan seperti percakapan melalui telepon, surat menyurat pribadi merupakan komunikasi antarpribadi.
3. Komunikasi kelompok merupakan interaksi diantara orang-orang dalam kelompok kecil. Komunikasi ini melibatkan komunikasi interpersonal. Lebih memfokuskan kepada dinamika kelompok, efisiensi dan efektivitas

<sup>20</sup> Daryanto, *Ilmu Komunikasi (1)* (Bandung : CV. Yrama Widya, 2010), h. 29.

penyampaian informasi dalam kelompok, pola dan bentuk interaksi serta pembuatan keputusan.

4. Komunikasi publik, merupakan komunikasi kelompok besar karena melibatkan komunikan khalayak besar sehingga sulit saling mengenal satu sama lain. Komunikasi ini sering berlangsung pada acara di Aula, Auditorium, lapangan terbuka dan lain-lain. Dengan contoh rapat terbuka, Tablig Akbar yang bersifat satu arah.
5. Komunikasi organisasi merupakan komunikasi yang terjadi didalam dan jaringan organisasi. Melibatkan bentuk-bentuk komunikasi organisasi. Memfokuskan pada komunikasi yang menyangkut masalah struktur organisasi, fungsi organisasi, hubungan antar manusia, kebudayaan organisasi dan proses pengorganisasian.
6. Komunikasi massa merupakan proses komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang besar. Proses komunikasi massa melibatkan aspek-aspek komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi. Menggunakan media sebagai sarana penyampaian content pesan tersebut. Proses ini memfokuskan hal-hal yang berhubungan dengan masyarakat dan media, aspek budaya dari komunikasi massa dan dampak yang dilahirkan oleh komunikasi massa terhadap individu dan kelompok.

Selain itu komunikasi terbagi dalam beberapa jenis. Para sarjana komunikasi di Amerika Serikat membagi jenis komunikasi menjadi 5 (lima) yakni komunikasi interpersonal (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok kecil (*small group communication*), komunikasi organisasi (*organizational communication*), komunikasi massa (*mass communication*), dan komunikasi publik (*public communication*). Sementara Joseph A. Devito membagi komunikasi menjadi empat yaitu komunikasi interpersonal (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok kecil, komunikasi publik dan komunikasi massa.

Ikhtisar mengenai lingkup ilmu komunikasi ditinjau dari komponennya, bentuk, sifat, metode, teknik, model, bidang dan sistemnya:

1. Komponen komunikasi
  - a. Komunikator (*communicator*)
  - b. Pesan (*message*)
  - c. Media (*media*)
  - d. Komunikan (*communicant*)
2. Proses komunikasi
  - a. Proses secara primer
  - b. Proses secara sekunder
3. Bentuk komunikasi
  - a. Komunikasi personal (*personal communication*)
    - 1) Komunikasi intrapersonal (*intrapersonal communication*)
    - 2) Komunikasi antarpersonal (*interpersonal communication*)
  - b. Komunikasi kelompok (*group communication*)
    - 1) Komunikasi kelompok kecil (*small group communication*)

- a) Ceramah (*lecture*)
- b) Diskusi panel (*panel discussion*)
- c) Symposium (*symposium*)
- d) Forum
- e) Seminar
- f) Curah saran (*brainstorming*)
- 2) Komunikasi kelompok besar (*large group communication // public speaking*)
- e. Komunikasi massa (*mass communication*)
  - 1) Pers
  - 2) Radio
  - 3) Televisi
  - 4) Film
- d. Komunikasi media (*media communication*)
  - 1) Surat
  - 2) Telepon
  - 3) Pamflet
  - 4) Poster
  - 5) Spanduk
- 4. Sifat komunikasi
  - a. Tatap muka (*face to face*)
  - b. Bermedia (*mediated*)
  - c. Verbal
    - 1) Lisan (*oral*)
    - 2) Tulisan/ cetak (*written/printed*)
  - d. Non verbal (*non-verbal*)
    - 1) Kias/isyarat badaniah (*gesture*)
    - 2) Bergambar (*pictorial*)
- 5. Metode komunikasi
  - a. Jurnalistik (*journalism*)
    - 1) Jurnalistik cetak (*printed journalism*)
    - 2) Jurnalistik elektronik (*electronic journalism*)
    - 3) Jurnalistik radio (*radio journalism*)
    - 4) Jurnalistik televisi (*television journalism*)
  - b. Hubungan masyarakat (*public relation*)
  - c. Periklanan (*advertising*)
  - d. Pameran (*exhibition/exposition*)
  - e. Publisitas (*publicity*)
  - f. Propaganda
  - g. Perang urat saraf (*psychologi warfare*)
  - h. penerangan
- 6. Teknik komunikasi
  - a. Komunikasi informative (*informative communication*)
  - b. Komunikasi persuasife (*persuasive communication*)
  - c. Komunikasi instruktif (*instruative/coercive communication*)
  - d. Hubungan manusiawi (*human relations*)

7. Tujuan komunikasi
  - a. Perubahan sikap (*attitude change*)
  - b. Perubahan pendapat (*opinion change*)
  - c. Perubahan perilaku (*behaviore change*)
  - d. Perubahan sosial (*social change*)
8. Fungsi komunikasi
  - a. Menyampaikan informasi (*to inform*)
  - b. Mendidik (*to educate*)
  - c. Menghibur (*to entertain*)
  - d. Mempengaruhi (*to influence*)
9. Model komunikasi
  - a. Komunikasi satu tahap (*one step flow communication*)
  - b. Komunikasi dua tahap (*two step flow communication*)
  - c. Komunikasi multi tahap (*multi step flow communication*)
10. Bidang komunikasi
  - a. Komunikasi sosial (*social communication*)
  - b. Komunikasi manajemen/organisasional (*manajement/organizational communication*)
  - c. Komunikasi perusahaan (*business communication*)
  - d. Komunikasi politik (*political communication*)
  - e. Komunikasi internasional (*international communication*)
  - f. Komunikasi antarbudaya (*intercultural communication*)
  - g. Komunikasi pembangunan (*development communication*)
  - h. Komunikasi lingkungan (*environmental communication*)
  - i. Komunikasi tradisional (*traditional communication*):<sup>21</sup>

Komunikasi memiliki fungsi dan tujuan apabila dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita atau pesan tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok melalui tukar-menukar data, fakta dan ide akan fungsinya dalam sisitem sosial adalah sebagai berikut:<sup>22</sup>

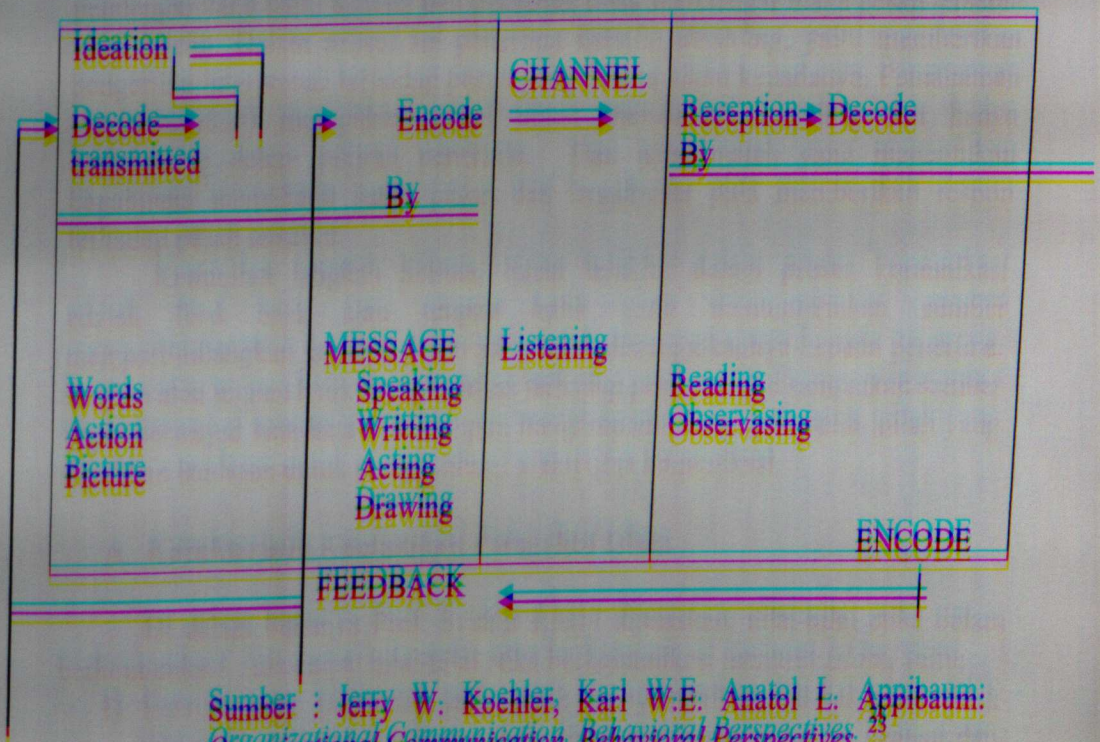
1. Informasi: pengumpulan, penyimpanan, pemerosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, dan pesan opini dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang-orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
2. Sosialisasi (pemasyarakatan): penyedia sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di masyarakat.
3. Motivasi: menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.

<sup>21</sup> Effendi, *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktik* (Bandung: Rosda Karya, 2001) h. 6-9.

<sup>22</sup> Onong Uchana Effendy, *Ilmu ...*, h. 9-10.

4. **Perdebatan dan diskusi:** menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan dan penyelesaian perbedaan pendapat mengenai masalah public; menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kepentingan bersama di tingkat nasional dan lokal.
5. **Pendidikan, pengalihan ilmu pengetahuan** sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
6. **Memajukan kebudayaan :** penyebaran hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu; perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang; membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetikanya.
7. **Integrasi:** menyediakan bangsa, kelompok dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal, mengerti dan menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.

### Skema Model Komunikasi Antar Manusia



Sumber : Jerry W. Koehler, Karl W.E. Anatol E. Appibaum:  
*Organizational Communication, Behavioral Perspectives.*<sup>23</sup>

Dalam kehidupan sehari-hari, proses komunikasi selalu diawali oleh sumber (*source*), baik individu maupun kelompok yang berusaha berkomunikasi dengan individu atau kelompok lain.

<sup>23</sup> Bungin, Sosiologi, ... h. 235.

Langkah pertama, yang dilakukan sumber adalah *ideation*, yaitu penciptaan suatu gagasan, atau seperangkat informasi yang akan diinformasikan.

Kemudian langkah kedua, suatu pesan adalah *encoding*, yaitu sumber menerjemahkan informasi tersebut melalui kata-kata, tanda-tanda atau lambang-lambang yang disengaja untuk menyampaikan informasi dan diharapkan mempunyai efek terhadap orang lain. Pesan atau *message* adalah alat-alat dimana sumber mengekspresikan gagasan dalam bentuk bahasa lisan, tulisan maupun perilaku nonverbal, seperti bahasa isyarat, ekspresi wajah gambar dan lain-lain.

Kemudian langkah ketiga merupakan proses komunikasi adalah penyampaian pesan yang telah disandi (*encode*). Sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan cara berbicara, menulis, menggambar ataupun melalui tindakan tertentu. Pada langkah ini kita mengenal istilah *channel* atau saluran yaitu alat-alat untuk menyampaikan suatu pesan. Saluran untuk komunikasi lisan adalah komunikasi tatap muka, radio dan telepon. Sedangkan saluran untuk komunikasi tertulis meliputi setiap materi yang tertulis ataupun sebuah media yang dapat memproduksi berupa kata-kata tertulis seperti, televisi, kaset video dan lain-lain. Sumber berusaha untuk membebaskan hambatan dan gangguan sehingga pesan dapat sampai kepada komunikan seperti yang dikehendaki.

Kemudian langkah keempat selanjutnya adalah perhatian dialihkan kepada penerima pesan jika pesan itu bersifat lisan, maka penerima bersifat pendengar yang baik. Karena jika penerima tidak mendengar maka pesan tersebut akan hilang. Dalam proses ini penerima bersifat *decoding*, yaitu memberikan pengertian interpretasi terhadap pesan yang disampaikan kepadanya. Pemahaman (*understanding*) merupakan kunci untuk melakukan decoding dan hanya berlangsung dalam pikiran penerima. Dan penerima lah yang menentukan bagaimana memahami suatu pesan dan bagaimana pula memberikan respon terhadap pesan tersebut.

Kemudian langkah kelima, tahap terakhir dalam proses komunikasi adalah *feed back* atau umpan balik yang memungkinkan sumber mempertimbangkan kembali pesan yang telah disampainya kepada penerima. Respon atau umpan balik dari penerima terhadap pesan yang disampaikan sumber dapat berwujud kata-kata atau ataupun menyimpannya. Umpan balik inilah yang dijadikan landasan untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi.

## A. Karakteristik Komunikasi Perspektif Islam

Di dalam bukunya Prof. Syukur Khalil dijelaskan, nilai-nilai etika dalam berkomunikasi. Ada empat nilai-nilai etika berkomunikasi menurut *Islam*, yaitu:

- 1) Bersifat jujur (*fairness*) yaitu tidak menyampaikan hal-hal yang tidak diketahui, adil dan tidak memihak, tidak bertentangan antara ucapan dan perbuatan, serta mempertimbangkan kewajaran dan kelayakan suatu informasi yang disampaikan atau yang disiarkan.
- 2) Keakuratan informasi yaitu hendaklah informasi yang disampaikan benar-benar akurat, terlebih di teliti secara tuntas dan seksama. Komunikan harus senantiasa bersikap teliti dan hati-hati dalam menerima informasi, sehingga tidak merugikan orang lain. Firman Allah Swt Q.S Al-Hujara/49: 6, yaitu:



يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبِيٍّ فَتَبَيَّنُوْا اَنْ تُصِيبُوْا قَوْمًا

مِّنْهُمْ فَتُضَيِّبُوْا عَلٰى مَا فَعَلْتُمْ تَلَٰذِيْمًا ﴿٢٤﴾

"Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu".<sup>24</sup>

- 3) Bebas dan bertanggung jawab yaitu dalam komunikasi yang islami, komunikator mempunyai kebebasan ataupun isyarat. Namun komunikator tidak dapat memaksakan kehendaknya kepada komunikan untuk menerimanya kendatipun informasi yang disampaikan mengandung nilai-nilai kebenaran. Tetapi kebebasan yang diberikan untuk menerima dan menyebarkan informasi haruslah dibarengi dengan rasa tanggung jawab baik isi maupun cara penyampaiannya untuk kemaslahatan umat manusia.
- 4) Kritik yang membangun yaitu informasi yang diberikan hendaklah yang bersifat membangun sehingga dapat dijadikan sebagai ajuan atau pedoman bagi komunikator sebagai penyampai pesan maupun bagi komunikan sebagai penerima pesan untuk dijadikan materi perbaikan masa depan serta data. Kemudian pula dijadikan sebagai intrefeksi diri agar tidak terulang kembali perbuatan yang salah dimasa mendatang.

## B. Prinsip Komunikasi Menurut Islam

Komunikasi yang dilaksanakan oleh seorang komunikan tidak terlepas dari bahasa yang digunakan, bahasa Dakwah atau komunikasi yang diperintahkan Allah Swt dalam Al-qur'an dengan cara dan strategi tertentu. Komunikasi yang dianjurkan itu dengan cara lemah lembut, indah dan santun, karena dengan bahasa yang demikian akan membekas pada jiwa, memberi harapan pada pendengar untuk dapat dikendalikan dan digerakkan kearah yang di inginkan oleh komunikan.

Dalam Al-qur'an, terdapat beberapa model komunikasi yang dijadikan pedoman dalam berkomunikasi atau berdakwah, yaitu:

- a. *Qaulān Al-balighā* (perkataan yang membekas pada jiwa)  
Model komunikasi *Qaulān Al-balighā* terdapat pada Q.S An-Nisa/4: 63, yaitu:

<sup>24</sup> Departemen Agama RI, *Al-qur'an Dan...*, h. 412.

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَّهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٢٥﴾

"Meraka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka"<sup>25</sup>

Maksud dari ayat diatas perilaku orang munafik ketika diajak untuk memahami hukum hukum Allah Swt, ketika mereka mendapatkan kesenangan maka mereka lupa kepada Allah Swt dan menghalangi orang lain untuk taat kepada sang pencipta, namun ketika mereka mendapatkan sedikit musibah barulah mereka datang untuk memohon perlindungan dan pertolongan dari Allah Swt. Kondisi orang-orang munafik seperti ini sangat membutuhkan penjelasan, penerangan serta pelajaran dengan cara yang membekas pada jiwa mereka dan mengesankan.

Merujuk dari asal katanya *al-baligha* yang artinya sampai atau fasih, maka untuk berkomunikasi dengan orang munafik diperlukan komunikasi yang efektif yang dapat menggugah hatinya dan jiwanya yang paling dalam, karena pada diri orang munafik terpendam rasa dusta, khianat, dan ingkar janji, maka kalau hatinya tidak tersentuh dengan sejuak maka akan sulit untuk menundukkan jiwa dan hatinya yang fitrah.<sup>26</sup>

b. *Qaulan Al-layyina* (perkataan yang lembut)

Term *Qaulan Al-layyina* terdapat pada Q.S Thaha/20: 43-44, yang secara harfiah yang diartikan sebagai komunikasi secara lemah lembut. Berkomunikasi atau berbicara secara lemah lembut adalah perintah Allah Swt kepada nabi Musa dan Harun yang menyampaikan *Tabsyir* dan *izhar* kepada Fir'aun dengan perkataan yang lemah lembut (*Qaulan Al-baligha*) karena pada saat itu Fir'aun telah memengang kekuasaan dengan melampaui batas, karena itu Musa dan Harun merasa cemas untuk bertemu dengan raja Fir'aun yang kejam, sebab itu Allah SWT memerintahkan untuk berkata lemah lembut, firman dalam Q.S Thaha/20: 43-44

أَذْهَبًا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ ﴿٢٦﴾ فَقَوْلًا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ ﴿٢٧﴾

<sup>25</sup> Departemen Agama RI, *Alqur'an Dan...*, h. 70

<sup>26</sup> H. Munzir Suparta dan H. Harjani Hafni (ed), *Metode Dakwah* (Jakarta: Rahmad Semesta, 2006), h. 167.

43. Pergilah kamu berdua kepada Fir'aun, Sesungguhnya dia Telah melampaui batas

44. Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut.<sup>27</sup>

Dalam menghadapi penguasa yang tirani, Al-qur'an mengajarkan agar komunikasi dengan lemah lembut dan menyejukkan, tidak bersifat kasar dan lantang mengandalkan kekuasaan yang memiliki, karena akan memancing sifat egois dan respon yang kurang menguntungkan, sehingga peluang untuk menyampaikan pesan berupa dialog menjadi terlanjut. Komunikasi yang dilandasi dengan kecurigaan dan tidak saling pengertian akan membawa kepada jurang pemisah yang lebih dalam, sehingga komunikasi atau dakwah tidak berjalan dengan baik atau lancar.

e. *Qaulān Al-Ma'rufān* (perkataan yang baik)

Secara sederhana *Qaulān Al-Ma'rufān* dapat diterjemahkan secara etimologi adalah *al-khair* atau *ihsan*, yang berarti baik-baik. Jadi *Qaulān Al-Ma'rufān* mengandung makna perkataan atau ungkapan yang pantas baik. Ungkapan *Qaulān Al-Ma'rufān* terdapat dalam Q.S Al-Baqarah/2: 235, yaitu:

وَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ فِيمَا عَرَّضْتُمْ بِهِ مِنْ خِطْبَةِ النِّسَاءِ أَوْ أَكْنَنْتُمْ فِي  
أَنْفُسِكُمْ عَلِيمَ اللَّهِ أَنْتُمْ سَتَدْرُؤُهُنَّ وَلَكِنَّ لِأَنْفُسِكُمْ سِرًّا إِلَّا أَنْ  
تَقُولُوا قَوْلًا مَّعْرُوفًا وَلَا تَعْزِمُوا عُقْدَةَ النِّكَاحِ حَتَّى يَبْلُغَ الْكِتَابَ  
أَجَلَهُ وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا فِي أَنْفُسِكُمْ فَاحْذَرُوهُ وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ  
عَفُورٌ حَلِيمٌ

Dan tidak ada dosa bagi kamu meminang wanita-wanita itu dengan sindiran atau kamu menyembunyikan (keinginan mengawini mereka) dalam hatimu. Allah mengetahui bahwa kamu akan menyebut-nyebut mereka, dalam pada itu janganlah kamu mengadakan janji kawin dengan mereka secara rahasia, kecuali sekedar mengucapkan (kepada mereka) perkataan yang ma'ruf, dan janganlah kamu berazam (beretap hati) untuk berqad nikah, sebelum habis tidahnya, dan ketahuilah bahwasanya Allah mengetahui apa yang ada dalam hatimu; Maka

<sup>27</sup> Departemen Agama RI, *Al-qur'an Dan...*, h.251.

takutlah kepada-Nya, dan Ketahuilah bahwa Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyantun<sup>28</sup>

Kemudian *Qaulān Al-Ma'rufān* juga terdapat pada Q:S An-Nisa/4 :5, yaitu:

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا  
وَأَكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا ﴿٥﴾

Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik.<sup>29</sup>

Q:S Al-Ahzab/33: 32, yaitu:

يٰۤاَيُّهَا النِّبِيُّ لَسَأَنَّكَ كَأَحَدٍ مِّنَ النِّسَاءِ ۗ إِنِ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَحْضَعْنَ بِالْقَوْلِ  
فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَّعْرُوفًا ﴿٣٢﴾

Hai isteri-isteri nabi, kamu sekalian tidaklah seperti wanita yang lain, jika kamu bertakwa. Maka janganlah kamu tunduk dalam berbicara sehingga berkeinginanlah orang yang ada penyakit dalam hatinya dan ucapkanlah perkataan yang baik.<sup>30</sup>

Selanjutnya Jalaluddin Rahmat menjelaskan bahwa *qaulān al-ma'rufān* adalah perkataan yang baik. Allah Swt menggunakan kata ini ketika berbicara tentang kewajiban orang-orang kaya atau orang kuat terhadap orang-orang yang miskin atau lemah. *Qaulān Al-Ma'rufān* berarti pembicaraan yang bermamfaat, memberikan pengetahuan, mencerahkan pemikiran, menunjukkan pemecahan terhadap kesulitan kepada orang lemah, jika kita tidak dapat membantu secara material, kita harus membantu proses komunikasi secara psikologis.<sup>31</sup>

<sup>28</sup> Ibid..., h. 30.

<sup>29</sup> Ibid..., h. 61.

<sup>30</sup> Ibid..., h. 337.

<sup>31</sup> Djataluddin Rachmat, *Islam Aktual* (Bandung: Mizan, 1996), h. 83.

d. *Qaulān Al-Maisyurā* (perkataan yang ringan)

Kalimat *al-Maisyurā* berasal dari kata *yasr*, yang artinya mudah. Jadi *Qaulān Al-Maisyurā* adalah lawan kata dari *al-ma'sura*, yaitu perkataan yang sulit. Sebagai bahasa komunikasi, *Qaulān Al-Maisyurā* artinya perkataan yang mudah di terima, dan ringan, yang pantas, yang tidak berliku-liku.

Dakwah dengan *Qaulān Al-Maisyurā* berarti pesan yang disampaikan itu sederhana, mudah di mengerti dan dapat di pahami secara spontan tanpa harus berfikir dua kali, pesan dakwah seperti ini tidak memerlukan *dalil naqli* maupun argument dan logika yang mendalam. Dengan demikian dapat di katakan bahwa informasi yang di sampaikan hendaklah merupakan ucapan yang layak dan baik untuk diucapkan.<sup>32</sup> Hal ini sebagaimana firman Allah Swt yang terdapat pada Q.S Al-Ai-Is'ra/17: 28, yaitu:

وَأِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمُ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُل لَّهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا



Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, Maka katakanlah kepada mereka Ucapan yang pantas.<sup>33</sup>

Dakwah dengan pendekatan *Qaulān Al-Maisyurā* harus menjadikan pertingian yang matang bagi seorang *da'i* untuk menentukan *mad'u*, apakah orang tua atau kelompok orang tua yang merasa di tuakan, atau orang yang merasa di zalimi haknya oleh orang lain yang lebih kuat dalam berbagai hal, maupun masyarakat yang secara social berada di bawah garis kemiskinan.<sup>34</sup>

e. *Qaulān Al-Karīmā* (perkataan yang mulia)

Dalam menyampai pesan dakwah hendaklah berupa perkataan perkataan yang mulia, termasuk di dalamnya menjauhkan diri dari pada mengupat, membuat fitnah, mengadu domba, bongkak, sombong dan takabbur.

Dakwah dengan *Qaulān Al-Karīmā*, sasarannya adalah orang yang telah lanjut usia, maka pendekatan yang digunakan adalah dengan perkataan yang mulia, santun, penuh penghormatan dan penghargaan tidak menggurui serta tidak perlu retorika yang meledak-ledak. Bentuk perkataan *Qaulān Al-Karīmā* terdapat dalam Q.S Al-Isra/17: 23, yaitu:

<sup>32</sup> S. Salahuddin Suyurno, Hajaimah, Hj. Ismail, Ali Faedah Ramlan, Islam dan komunikasi (Malaysia: Iniversiti UPENA, 2007), h. 63.

<sup>33</sup> Departemen Agama RI, *Al-qur'an Dan...*, h. 227.

<sup>34</sup> H. Munzir Suparta dan H. Harjani Hefni, *Metode ....*, h. 169.

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ  
 الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أَلْفٌ وَلَا تَنْهَرَهُمَا وَقُلْ لَهُمَا  
 قَوْلًا كَرِيمًا

Dan Tuhanmu Telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, Maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia<sup>35</sup>

Dalam perspektif dakwah maka term *Qaulan Al-Karimā* ditujukan kepada orang yang sudah lanjut usia, maka perlakuan yang dipergunakan hendaknya dianggap seperti orang tua kita sendiri, yakni tidak boleh berkata kasar, menyinggung perasaannya, kendatipun memang tidak ada jaminan bahwa orang yang sudah tua tidak memiliki kesalahan dan kekhilafan baik perkataan maupun perbuatannya, namun untuk memberikan dakwah berupa perubahan sikap atas kesalahannya hendaklah dilakukan dengan *bil-hikmah* dan penuh dengan kasih sayang yang dilandasi dengan *Qaulan Al-Karimā*

## II. Jenis-Jenis Teori Komunikasi

### A. Teori Komunikasi Interpersonal

#### a) Teori Kebutuhan Hubungan Interpersonal

Teori sistem dan komunikasi dalam hubungan salah satu bagian dalam lapangan komunikasi yang dikenal sebagai *relational communication* sangat dipengaruhi oleh teori sistem. Inti dari kerja ini adalah asumsi bahwa fungsi komunikasi interpersonal untuk membuat, membina, dan mengubah hubungan dan hubungan pada gilirannya akan mempengaruhi sifat komunikasi interpersonal. Poin ini berdasar pada gagasan bahwa komunikasi sebagai interaksi yang menciptakan struktur hubungan. Gagasan sistem yang penting ini secara luas diadopsi dalam lapangan komunikasi. Proses dan bentuk merupakan dua sisi mata uang, saling menentukan satu sama lain.

Seorang antropolog, Gregory Bateson, adalah pendiri garis teori ini yang selanjutnya dikenal dengan komunikasi Rasional.<sup>36</sup> Kerjanya mengarah pada pengembangan dua proposisi mendasar dimana kebanyakan teori relasional masih

<sup>35</sup> Departemen Agama RI, *Al-qur'an Dan...*, h: 227

<sup>36</sup> Bassrun, *Komunikasi Antarpribadi...*, h: 76.

bersandar. Pertama yaitu sifat mendua dari pesan: setiap pertukaran interpersonal membawa dua pesan, pesan *report* dan pesan *command*. *Report message* mengandung substansi atau isi komunikasi sedangkan *command message* membuat pernyataan mengenai hubungan. Dua elemen ini selanjutnya dikenal sebagai isi pesan dan pesan hubungan atau komunikasi dan *metakomunikasi*. Pesan *report* menetapkan mengenai apa yang dikatakan dan pesan *command* menunjukkan hubungan diantara komunikator.

Diantara periset yang terkenal dalam komunikasi relasional adalah Edna Rogers dan Frank Millar. Kerja Millar dan Rogers merupakan aplikasi langsung dari gagasan Bateson dan konsisten dengan teori Fisher. Secara khusus, mereka bertanggung jawab bagi pengembangan metode riset mengenai pengkodean dan pengelompokan pola relasional seperti Fisher, Millar, dan Rogers mengamati pereakapan dan kode tindakan, komunikasi dalam suatu cara yang membiarkan mereka menemukan pola yang diciptakan melalui interaksi. Dari risetnya mereka mengembangkan teori yang menunjukkan bagaimana hubungan mengandung struktur control, kepercayaan dan keakraban.

#### b) Teori Self-Disclosure

*Disclosure* dan *Understanding* merupakan tema penting dalam teori komunikasi tahun 60 sampai 70 an. Sebagian besar sebagai konsekuensi aliran *humanistic* dalam psikologi, sebuah ideology "*Honest Communication*" muncul, dan beberapa dari pemikiran kita tentang apa yang membuat komunikasi interpersonal itu baik dipengaruhi oleh gerakan ini.

Proses pengungkapan diri (*self disclosure*) adalah proses pengungkapan informasi diri pribadi seseorang kepada orang lain atau sebaliknya. Pengungkapan diri merupakan kebutuhan seseorang sebagai jalan keluar atas tekanan-tekanan yang terjadi pada dirinya. Proses pengungkapan diri terjadi dalam dua bentuk; pertama, dilakukan secara tertutup, yaitu seseorang mengungkapkan informasi diri kepada orang lain dengan cara sembunyi-sembunyi melalui ungkapan dan tindakan, dimana ungkapan dan tindakan itu merupakan sebuah keterbukaan tentang apa yang terjadi pada diri seseorang. Namun cara pengungkapan diri secara ini jarang dipahami orang lain, kecuali orang lain memiliki perhatian terhadap orang yang melakukan pengungkapan diri itu. Dalam teori-teori interaksi simbolis bahwa semua tindakan, perkataan dan ungkapan-ungkapan seseorang memiliki makna interaksi tentang apa yang sedang dipikirkan. Jadi, tindakan adalah ekspresi apa yang ada dalam pikiran seseorang.

Seorang teoritis yang menggali proses Self-Disclosure ini adalah Siney Jourard. Uraianannya bagi kemanusiaan sifatnya terbuka dan *transparent*. Transparansi berarti membiarkan dunia untuk mengenal dirinya secara bebas dan pengenalan diri seseorang pada orang lain. Hubungan interpersonal yang ideal menyuruh orang agar membiarkan orang lain mengalami mereka sepenuhnya dan membuka untuk mengalami orang lain sepenuhnya. Jourard mengembangkan gagasan ini setelah mengamati bahwa sakit mental cenderung tertutup bagi dunia. Dia menemukan bahwa mereka menjadi sehat ketika mereka bersedia mengenalkan dirinya pada ahli terapi.

Kemudian, Jourard menyamakan kesakitan dengan ketertutupan dan kesehatan dengan keterbukaan. Jourard melihat pertumbuhan, pergerakan orang menuju cara berperilaku yang baru, sebagai hasil langsung dari keterbukaan pada dunia. Orang yang sakit sifatnya tetap dan stagnan; pertumbuhan akan sampai pada posisi hidup baru. Selanjutnya, perubahan merupakan esensi dari pertumbuhan personal.

Membuka diri tidak sama dengan mengungkapkan detail-detail intim dari masa lalu kita. Mengungkapkan hal-hal yang sangat pribadi dimasa lalu dapat menimbulkan perasaan intim untuk sesaat : hubungan sejati terbina dengan mengungkapkan reaksi-reaksi kita terhadap aneka kejadian yang kita alami bersama atau terhadap apa yang dikatakan atau dilakukan oleh lawan komunikasi kita. orang lain mengenal diri kita tidak dengan menyelidiki masa lalu kita, melainkan dengan mengetahui cara kita beraksi. Masa lalu hanya berguna sejauh mampu menjelaskan perilaku kita dimasa kini.<sup>37</sup>

#### e) Penetrasi Sosial

Model ini bernama *Social Penetration Theory* merupakan bagian dari teori pengembangan hubungan atau *relationship development theory*. Model penetrasi sosial dikembangkan oleh Irwin Altman dan Dalmis Taylor dalam bukunya yang pertama terbit berjudul *Social Penetration : The Development Of Interpersonal Relationship* terbit pada tahun 1973 dan revisi pada tahun 1987 berupa artikel terpisah dimuat dalam buku *Interpersonal Process: New Directions In Communication Research* dengan Michael E. Roloff dan Gerald R. Miller sebagai editor. Judul tulisan tersebut *Communication In Interpersonal Relationship: Social Penetration Processes* oleh Dalmis A. Taylor dan Irwin Altman (1987).<sup>38</sup>

Altman dan Taylor mengemukakan suatu model perkembangan hubungan yang disebut social penetration: yaitu, proses dimana orang saling mengenal satu sama lainnya. Model ini selain melibatkan self disclosure juga menjelaskan bila mana harus melakukan self disclosure dalam perkembangan hubungan.

Menurut kedua penulis model ini adalah penting dalam mengembangkan dan memelihara hubungan-hubungan antarpribadi. Beberapa penelitian menunjukkan hubungan yang kuat antara komunikasi yang baik dan kepuasan umum suatu hubungan.

Model penetrasi sosial memfokuskan diri pada pengembangan hubungan. Hal ini terutama berkaitan dengan perilaku antarpribadi yang nyata dalam interaksi sosial dan proses-proses kognitif internal yang mendahului, menyertai dan mengikuti pembentukan hubungan. model ini sifatnya berhubungan dengan perkembangan dimana model ini berhubungan dengan pertumbuhan. Mengenai hubungan antar pribadi. Proses penetrasi sosial berlangsung secara bertahap dan teratur dari sifatnya dipermukaan kelingkat yang akrab mengenai pertukaran sebagai fungsi, baik mengenai hasil yang segera maupun yang diperkirakan.

---

<sup>37</sup> A. Supratiknya, *Komunikasi Interpersonal, Tujuan Psikologi* (Yogyakarta: Kanisius, 1993), h. 14.

<sup>38</sup> Budiyana, ..., *Teori Komunikasi*, ... h. 225.



Perkiraan meliputi estimasi mengenai hasil-hasil yang potensial dalam wilayah pertukaran yang lebih akrab. Factor ini menyebabkan hubungan bergerak maju dengan harapan menemukan interaksi baru yang secara potensial lebih memuaskan. Misalnya, manusia umumnya bergerak hanya secara bertahap dari pembicaraan mengenai situasi ditempat kerja kepada hal-hal yang berkenaan dengan perasaan takut mereka, atau dari masalah-masalah yang sifatnya umum kepada hal-hal yang lebih mendalam seperti mengenai masalah seksual mereka.

Penetrasi sosial merupakan proses yang bertahap dimulai dari komunikasi basa-basi yang tidak akrab dan terus berlangsung hingga menyangkut topik pembicaraan yang lebih pribadi dan akrab. Seiring dengan berkembangnya hubungan. Pada model ini orang akan membiarkan orang lain untuk lebih mengenalnya secara bertahap. Dalam proses ini orang akan menggunakan persepsinya untuk menilai keseimbangan antar upaya dan ganjaran. Yang diterimanya atas pertukaran yang terus berlangsung untuk memperkirakan prospek hubungan mereka. Jika perkiraan itu menjanjikan keuntungan dan kesenangan maka mereka secara bertahap akan bergerak ketahap yang lebih akrab.

Dalam catatan sejarah yang jauh lebih luas para ilmuwan komunikasi telah menempatkan studi mengenai komunikasi interpersonal ke dalam bidang yang lebih luas mengenai komunikasi dan sebagai fokus studi ke dalam *speech communication*. Studi komunikasi interpersonal mulai berkembang secara besar-besaran di Amerika Serikat sejak tahun 1960-an.

Diawal tahun 1990-an, Georg Simmel (1908-1950) telah melakukan observasi secara cermat mengenai komunikasi interpersonal yang sampai sekarang masih diperdebatkan meliputi konsep-konsep seperti *Reciprocal Knowledge, Characteristics Of The Dyad, Interaction, Rituals, Secrecy, Lies And Truth, Dan Types Of Social Relationships*.<sup>39</sup>

Tahun 1920-an dan 1930-an banyak para intelektual studi komunikasi interpersonal telah disemai. Elton Mayo dan para koleganya dari *Harvard business school* menemukan kekuatan potensial mengenai interaksi sosial dan hubungan-hubungan di tempat kerja.

Komunikasi interpersonal merupakan pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek dan *Feedback* yang langsung.<sup>40</sup> Joseph Devito dalam bukunya yang diterjemahkan oleh Agus Maulana yang berjudul *Komunikasi Antar Manusia* mendefinisikan komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi di antara dua orang yang mempunyai hubungan yang jelas di antara mereka.<sup>41</sup>

Wardani mengemukakan bahwa komunikasi *interpersonal* dapat di defenisikan sebagai komunikasi yang berlangsung secara informal antar dua orang individu.<sup>42</sup> Menurut Arni komunikasi *interpersonal* adalah proses

<sup>39</sup> Muhammad Budiyanita, *Teori Komunikasi Antarpribadi* (Jakarta: Kencana, 2011) h. 21.

<sup>40</sup> Bassrun Hidayat, *Komunikasi interpersonal Dan Mediana, Fakta Penelitian Fenomenologi Orang Tua Karir Dan Anak Remaja* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 41.

<sup>41</sup> *Ibid.* h. 50

<sup>42</sup> Igak Wardani, *Teori Belajar, Motivasi dan Keterampilan Mengajar* (Jakarta: PAU-PPAI universitas terbuka, 1997).

pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya. Pesan mulai dan berakhir dalam diri individu masing-masing komunikasi *interpersonal* mempengaruhi komunikasi dan hubungan dengan orang lain.<sup>43</sup>

Kemudian Tubbs, dan Moss menyebutkan komunikasi *interpersonal* adalah komunikasi personal tatap muka berlangsung secara dialogis sambil saling menatap sehingga terjadi kontak pribadi. Dalam situasi tatap muka, para ahli komunikasi menganggap jenis komunikasi *interpersonal* merupakan komunikasi yang paling efektif untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku seseorang.<sup>44</sup>

Pancee and Boren dikutip oleh Pace and Faules menyatakan bahwa hubungan *interpersonal* akan berhasil bila melakukan hal-hal berikut ini: (1) menjaga kontak pribadi yang akrab tanpa menumbuhkan perasaan bermusuhan, (2) menetapkan dan menegaskan identitas dan dalam hubungan dengan orang lain tanpa membesar-besarkan ketidaksepakatan, (3) menyampaikan informasi kepada orang lain tanpa menimbulkan kebingungan, kesalahpahaman, penyimpangan atau perubahan lainnya yang di sengaja, (4) terlibat dalam pemecahan masalah yang terbuka tanpa menimbulkan sikap bertahan atau menghentikan proses, (5) membantu orang-orang lainnya untuk mengembangkan gaya hubungan personal dan antar personal yang efektif, dan (6) ikut serta dalam interaksi sosial informal tanpa terlibat dalam muslihat atau gurauan atau hal-hal lainnya yang mengganggu komunikasi yang menyenangkan. Selanjutnya dinyatakan bahwa ada enam kebutuhan *interpersonal*, yaitu: keterterimaan, hubungan, pergaulan, penghargaan, pengendalian dan pengaruh.<sup>45</sup>

Komunikasi interpersonal atau komunikasi interpersonal adalah komunikasi perorangan yang bersifat pribadi baik secara langsung tanpa medium maupun tidak langsung melalui medium. Contohnya, percakapan tatap muka (*face to face communication*), percakapan melalui telepon, surat menyurat secara pribadi. Teori komunikasi interpersonal umumnya memfokuskan pengamatannya pada bentuk-bentuk dan sifat hubungan (*relationship*), percakapan (*discourse*), interaksi dan karakteristik komunikator.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih yang dapat berlangsung secara tatap muka maupun menggunakan media atau alat bantu seperti telepon, surat dan sebagainya. Effendi mengatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang berlangsung secara dialogis sehingga terjadi kontak pribadi.<sup>46</sup>

Joseph A. devito mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antar dua orang atau diantara

<sup>43</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), h. 7.

<sup>44</sup> Stewart Tubbs, Silvia Moss, *Human Communication (Prinsip-prinsip Dasar)*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), h. 35.

<sup>45</sup> R Wayne Pace dan F. Faules, *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, terj. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1993).

<sup>46</sup> Onong Uchana Effendi, *Ilmu ...* h. 125.

sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.<sup>47</sup>

Liliwari mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal merupakan suatu proses sosial dimana orang-orang yang terlibat di dalamnya saling mempengaruhi.<sup>48</sup> Kemudian William F. Gluck dalam bukunya yang berjudul: "*Manajemen*", menyatakan bahwa *interpersonal communication* atau komunikasi interpersonal yaitu proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih didalam suatu kelompok kecil.<sup>49</sup>

Komunikasi interpersonal banyak membahas tentang bagaimana suatu hubungan dimulai, di pertahankan atau mengalami kemunduran. Sub pembahasan dalam komunikasi interpersonal antara lain, keluarga, pertemanan, pernikahan dan lain-lain.

Pada hakikatnya komunikasi interpersonal juga memiliki fungsi dan tujuan sebagaimana fungsi dan tujuan ilmu-ilmu lainnya. Seperti fungsi komunikasi adalah mengendalikan lingkungan guna mendapatkan imbalan-imbalan tertentu berupa fisik, ekonomi dan sosial. Sebagai fungsi utama dalam komunikasi interpersonal adalah mengenai pengendalian lingkungan guna mendapatkan imbalan seperti dalam bentuk fisik, ekonomi dan sosial. Keberhasilan yang relatif dalam melakukan pengendalian lingkungan melalui komunikasi menambah kemungkinan menjadi bahagia, kehidupan pribadi yang produktif. Kegagalan relative mengarah kepada ketidakbahagiaan yang akhirnya bias terjadi krisis identitas diri.

Komunikasi interpersonal juga memiliki fungsi ganda, berdimensi ganda dan berperasaan ganda. Termotivasi oleh tujuan-tujuan instrumental, relasional dan identitas. Mencoba menyelesaikan tujuan-tujuan ganda seperti menyusun dan mengatur pembicaraan, penciptaan pesan, pengungkapan emosi dan komunikasi relasional.

Komunikasi interpersonal terdiri dari perilaku strategis dan non strategis. Sifatnya yang berorientasi pada tujuan. Kebanyakan komunikasi interpersonal diperankan secara sadar dan sengaja untuk mencapai fungsi-fungsi ganda dan menegosiasi yang hadir menyampaikan dan menerima permintaan-permintaan. Hal ini dikerjakan oleh apa yang dinamakan perilaku-perilaku strategis, yaitu strategis dalam arti mencerminkan rencana-rencana skala besar dan tujuan-tujuan sebagai kebalikan dari kebiasaan perilaku khusus atau taktik. Komunikasi interpersonal memerlukan kesadaran yang tinggi dan aktivitas yang terencana.

Komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi yang prosesnya memungkinkan beringsungnya secara dialogis. Komunikasi dialogis adalah bentuk komunikasi interpersonal yang menunjukkan terjadinya intraksi. Mereka yang terlibat dalam komunikasi bentuk ini berfungsi ganda, masing-masing menjadi pembicara dan pendengar secara bergantian. Dalam proses komunikasi

---

<sup>47</sup> Riyono Pratiko, *Berbagai Aspek Ilmu Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1987), h. 42.

<sup>48</sup> Aio Liliwari, *Komunikasi Antarpribadi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1996), h. 12.

<sup>49</sup> A. W. Widjaja, *Komunikasi, Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta: Bina Aksara, 1986), h. 8.

dialogis terlihat adanya upaya dari pelaku komunikasi untuk terjadinya pengertian bersama (*mutual understanding*) dan empati.

Komunikasi interpersonal sangat potensial untuk menjalankan fungsi instrumental sebagai alat untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena kita dapat menggunakan kelima alat indera untuk mempertinggi daya bujuk pesan yang kita komunikasikan kepada komunikasi kita. Bertemu langsung dengan komunikannya adalah cara yang paling ampuh untuk mempengaruhi dan memberikan pencerahan kepada orang lain. Sebagai contoh, mahasiswa akan lebih cepat menerima pelajaran langsung dari dosennya daripada membaca buku walaupun buku tersebut di tulis oleh penulis handal sekalipun. Pertemuan yang secara langsung akan memberikan pengaruh langsung pula terhadap komunikannya.

Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi interpersonal berperan penting hingga kapanpun, selama manusia mempunyai emosi. Kenyataannya komunikasi tatap-muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya, berbeda dengan komunikasi dengan menggunakan media massa seperti surat kabar, televisi.

Derajat keakraban dalam komunikasi interpersonal dialogis pada situasi tertentu bisa berbeda. Komunikasi *horizontal* selalu menimbulkan derajat keakraban yang lebih tinggi ketimbang komunikasi *vertical*. Yang dimaksud *horizontal* adalah komunikasi antar orang-orang yang memiliki kesamaan dalam apa yang disebut Wilbur Schramm, *Frame of reference* (kerangka referensi) yang kadang-kadang dinamakan juga *field of experience* (bidang pengalaman). Para pelaku komunikasi yang mempunyai kesamaan dalam *frame of reference/field of experience* itu adalah mereka yang sama atau hampir sama dalam tingkat pendidikan, jenis profesi atau pekerjaan, agama, bangsa, hobi, ideology, dan lain sebagainya.

Jika dibanding dengan bentuk komunikasi lainnya, komunikasi interpersonal dinilai paling baik dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikannya. Alasannya, komunikasi interpersonal dilakukan secara tatap muka dimana antara komunikator dan komunikannya saling terjadi kontak pribadi, pribadi komunikator menyentuh pribadi komunikannya, sehingga akan ada umpan balik yang seketika ( bisa dalam bentuk perkataan, ekspresi wajah ataupun *gesture*).

Proses komunikasi interpersonal mempunyai keunikan, selalu dimulai dari proses hubungan yang bersifat psikologi selalu mengakibatkan keterpengaruhan. Komunikasi ini lah yang dianggap sebagai suatu teknik psikologis manusiawi. Dalam komunikasi antarpribadi melalui tatap muka ini digunakan sebagai isyarat: *Verbal dan non verbal*.

Tidak banyak masyarakat dapat melakukan komunikasi yang dikarakterisasikan dengan komunikasi antarpribadi. Karena semua orang berbeda dalam kemampuannya melakukan komunikasi antarpribadi. Kemudian pula terdapat perbedaan antar komunikasi interpersonal dengan hubungan antarpribadi. Komunikasi antarpribadi terjadi jika seseorang berdasarkan prediksinya tentang reaksi orang lain dengan data psikologi. Sedangkan hubungan antarpribadi memerlukan paling sedikit dua orang berkomunikasi secara antarpribadi.

Apabila prediksi mengenai hasil komunikasi terutama didasarkan pada tingkat analisis kultural dan sosiologis maka komunikator terlibat dalam komunikasi non-antarpribadi. Apabila prediksi terutama didasarkan pada tingkat analisis psikologis, maka komunikator terlibat dalam komunikasi antarpribadi.

Pada tingkat yang non-antarpribadi yaitu kultural dan sosiologis, prediksi mengenai hasil-hasil komunikasi dapat disamakan generalisasi rangsangan atau *stimulus generalization*. Individu yang melakukan prediksi yang mencari persamaan diantara para komunikator lainnya: misalnya, atas dasar pengetahuan tentang seorang profesor, seorang dapat menggeneralisasikan bahwa profesor disemua perguruan tinggi memiliki gelar sarjana tinggi, terikat pada ilmu pengetahuan dan mampu menjadi promotor mahasiswa.

Komunikasi interpersonal dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran makna antar orang-orang yang saling berkomunikasi dan komunikasi terjadi secara tatap muka (*face to face*) antar dua individu. Dalam pengertian tersebut terkandung tiga aspek: Pertama, pengertian proses, yaitu mengacu pada perubahan dan tindakan yang berlangsung terus-menerus. Kedua, komunikasi interpersonal merupakan suatu pertukaran, yaitu tindakan menyampaikan dan menerima pesan secara timbal balik. Ketiga, mengandung makna yaitu sesuatu yang dipertukarkan dalam proses tersebut, adalah kesamaan pemahaman diantara orang-orang yang berkomunikasi terhadap pesan-pesan yang digunakan dalam proses komunikasi.

Sebagai kebalikannya, pada tingkat antarpribadi prediksi dengan dasar psikologi tentang hasil komunikasi dapat disamakan dengan pembedaan rangsangan atau *stimulus generalization*. Seseorang melakukan prediksi dengan mencari perbedaan-perbedaan yang relevan pada komunikator lainnya. Apabila prediksi didasarkan pada pembedaan rangsangan dan bukan pada generalisasi rangsangan berkenaan dengan profesor tertentu, maka kita dapat bertanya pada diri kita bagaimana profesor itu berbeda dengan profesor-profesor lainnya dengan siapa kita menerima pelajaran. Dari penjelasan definisi ini dapat ditarik sebuah pemahaman bahwa komunikasi interpersonal meliputi komunikasi yang dilakukan secara pribadi, dengan *feedback* langsung dan dapat menimbulkan efek langsung.

Hubungan dalam komunikasi interpersonal terbiasa melalui tahap-tahap. Kelima menumbuhkan keakraban secara bertahap, melalui langkah atau tahap. Kelima tahap ini adalah kontak, keterlibatan, keakraban, perusakan, dan pemutusan. Tahap-tahap ini menggambarkan hubungan seperti apa adanya. Tahap-tahap ini tidak mengevaluasi atau menguraikan bagaimana seharusnya hubungan itu berlangsung, tahap-tahap ini antara lain:<sup>50</sup>

- a. Kontak, pada tahap pertama kita membuat kontak, ada beberapa macam persepsi alat indra (melihat, mendengar, membaui seseorang). Menurut beberapa riset selama tahap inilah dalam empat menit pertama intraksi awal. Pada tahap ini penampilan fisik begitu penting karena dimensi fisik paling terbuka untuk diamati secara mudah. Namun demikian, kualitas-kualitas lain seperti sikap bersahabat, kehangatan, keterbukaan dan

<sup>50</sup> Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia* (Jakarta: Professional Books, 1997), h. 233-235.

- dinmisme juga terungkap pada tahap ini. Jika anda menyukai orang ini dan ingin melanjutkan hubungan maka akan beranjak ke tahap dua.
- b. Keterlibatan, tahap keterlibatan adalah tahap pengenalan lebih jauh, ketika kita mengikatkan diri kita untuk mengenal orang lain dan juga mengungkapkan diri kita, jika ini adalah hubungan yang romantis, maka ini di sebut tahap kencan.
  - c. Keakraban, pada tahap keakraban, kita mengikat diri lebih jauh dengan orang lain. Hubungan dalam keakraban disebut sebagai hubungan primer (*primary relationship*), dimana orang menjadi sahabat baik atau kekasih.
  - d. Perusakan, dua tahap berikutnya merupakan penurunan hubungan, keikatan diantara kedua pihak melemah. Pada tahap perusakan mulai merasa bahwa hubungan ini mungkin tidaklah sepenting apa yang dipikirkan sebelumnya. Hubungan akan semakin jauh. Makin sedikit waktu senggang yang dilalui bersama dan bila bertemu akan berdiam sendiri, tidak lagi banyak mengungkapkan diri. Jika tahap perusakan ini berlanjut maka memasuki tahap pemutusan.
  - e. Pemutusan, tahap pemutusan adalah pemutusan ikatan yang dipertalikan kedua pihak. Jika bentuk ikatan ini adalah perkawinan, pemutusan hubungan dilambangkan dengan perceraian, walaupun pemutusan hubungan actual dapat berupa hidup berpisah. Adakalanya terjadi peredaan, kadang-kadang ketegangan dan keresahan makin meningkat, saling tuduh dan permusuhan.

Di dalam Alqur'an banyak kita jumpai ayat-ayat yang berkenaan dengan komunikasi *interpersonal*. Ayat-ayat Alqur'an yang terkait dengan kategori komunikasi *interpersonal* tersebut adalah sebagai berikut: Q.S. Al-Baqarah 12:30-31, 35-37, 61, 67-71; Ali Imran/3:37-41, 45-47; Q.S Al-Maidah/5:21-26, 109, 111-120; Q.S Al-An'am/6:20-24; Q.S Al-A'raf/7:11-24, 70-71; Q.S Al-Hud/11:42-44; Q.S Yusuf/12:4-5, 11-14, 23-29, 31-32, 88-93, 99-101; Q.S Ibrahim/14:10-14; Q.S. Al-Hijr/15:32-43; Q.S Al-Isra'/17:61-65, 107-109; Q.S. Al-Kahfi/18:37-41, 66-82, 92-98; Q.S Maryam/19:18-21, 27-33, 42-48; Q.S. Al-Mukminun/23:26-29, 39-41, 112-116; Q.S. Al-Furqan/25:4-9; Q.S. Asy-Syuara/26: 10-51, 70-82, 106-119, 142-159, 61-174, 177-191, 18; Q.S. Azzukruf/43:58-54.

Salah satu contoh ayat Al-qur'an yang berkenaan dengan komunikasi interpersonal adalah pada Q.S Al-Baqarah/2: 30-31, yaitu:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ۗ قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ

قَالَ إِنِّي أَنزَلْتُ إِلَيْكَ الذِّكْرَ بِاللُّغَةِ الْعَرَبِيَّةِ وَمَا عَلَّمْتَهُ مِثْلَ لَوْلَا إِنَّ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ﴿٣٠﴾ وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَٰؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ﴿٣١﴾

30. Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi." mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui."  
 31. Dan dia mengajarkan kepada Adam nama-nama (benda-benda) seluruhnya. Kemudian mengemukakannya kepada para malaikat lalu berfirman: "Sebutkanlah kepada-Ku nama benda-benda itu jika kamu mamang benar orang-orang yang benar!"<sup>51</sup>

### E: Tujuan Komunikasi Antarpribadi

Pada setiap proses komunikasi memiliki tujuan tertentu sebagai efek yang akan ditimbulkan oleh pesan yang akan disampaikan tersebut. komunikasi interpersonal juga memiliki tujuan agar komunikasi interpersonal tetap berjalan dengan baik. Adapun tujuan dari komunikasi interpersonal adalah sebagai berikut:<sup>52</sup>

#### a. Menemukan Diri Sendiri

komunikasi interpersonal adalah proses penemuan diri sendiri atau pribadi. Bila kita terlibat dalam pertemuan interpersonal dengan orang lain kita belajar banyak sekali tentang diri kita maupun orang lain. Komunikasi interpersonal memberikan kesempatan pada kita untuk berbicara tentang apa yang kita sukai, atau mengenai diri kita sukai, atau mengenai diri kita. Menarik dan mengasyikkan bila berdiskusi mengenai perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita sendiri. Dengan membicarakan diri kita dengan orang lain, kita memberikan sumber balikan yang luar biasa pada perasaan, pikiran dan tingkah laku kita.

#### b. Mengetahui Dunia Luar

Dalam komunikasi interpersonal setiap individu mampu mengetahui dan memahami lebih banyak tentang diri kita dan orang lain yang berkomunikasi dengan kita. Banyak informasi yang kita ketahui di dapat dari komunikasi antarpribadi, meskipun banyak informasi yang kita terima dari media massa, namun pada akhirnya informasi tersebut sering sekali di diskusikan yang kemudian di pelajari atau di dalami melalui interaksi interpersonal. Tidak dapat di pungkiri bahwa komunikasi interpersonal menjadikan individu semakin leluasa mendapatkan informasi:

<sup>51</sup> Departemen Agama RI, *Alquran Dan...*, h. 6

<sup>52</sup> Marhaeni Fajar, *Ilmu ...*, h. 78-80.

#### e. Menciptakan dan Memelihara Hubungan Menjadi Bermakna

Melakukan hubungan antarpribadi merupakan silaturahmi yang membentuk dan memelihara hubungan baik dengan orang lain. Banyaknya waktu yang kita pergunakan dalam komunikasi interpersonal diabdikan untuk membentuk dan menjaga hubungan social dengan orang lain atau human relation. Semakin sering kita melakukan komunikasi interpersonal maka peluang untuk memelihara hubungan akan terbuka lebar dan bermakna positif.

#### d. Mengubah Sikap dan Perilaku

Komunikasi interpersonal secara cepat atau perlahan akan mampu mengubah sikap dan tingkah laku orang lain. Dengan adanya komunikasi ini, maka diharapkan terjadi perubahan perilaku yang negative menjadi positif untuk menunjang perubahan. Secara tujuan, dalam komunikasi interpersonal adalah untuk merubah sikap dan perilaku komunikannya kepada apa yang diharapkan oleh komunikator. Dalam hal ini efek yang akan ditimbulkan oleh komunikasi adalah pandangan pertama yang akan dilihat komunikator dalam proses penyampaian pesan.

#### e. Untuk Bermain dan Mencari Hiburan

Salah satu tujuan komunikasi adalah entertaint atau hiburan. Pada komunikasi interpersonal juga terdapat tujuan ini. Bermain dalam makna disini adalah mencakup semua aktivitas yang mempunyai tujuan utama yaitu mencari kesenangan. Berbicara dengan memulai percakapan dengan obrolan basa-basi dari hal yang ringan. Pada umumnya hal ini adalah merupakan pembicaraan yang menghabiskan waktu. Dengan melakukan komunikasi interpersonal semacam ini dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang memerlukan rileks dan semua keseriusan di lingkungan kita. Kejenuhan dalam pikiran akan hilang jika melakukan komunikasi interpersonal yang secara ringan di isi oleh pesan-pesan yang sederhana dan terkesan obrolan ringan:

### D. Proses Komunikasi Antarpribadi

#### a) Komunikator

Komunikasi interpersonal umumnya berlangsung secara tatap muka (*face to face*). Sehingga antar komunikator dan komunikan terjadi kontak pribadi (*personal contact*). Ketika komunikan menyampaikan pesan, umpan balik berlangsung seketika (*immediate feedback*). Komunikator dapat mengetahui tanggapan langsung saat berkomunikasi terhadap komunikan. Seperti ekspresi wajah dan gaya bicara komunikan, apabila umpan baliknya positif, artinya tanggapan komunikan menyenangkan, tentu komunikator akan mempertahankan cara komunikasinya. Sebaliknya jika tanggapan negative, komunikator dapat mengubah gaya komunikasi sampai komunikasi yang disampaikan komunikator berhasil.<sup>53</sup>

<sup>53</sup> Onong Uchjana Effendi, *Humor*, h. 62.



Proses komunikasi interpersonal dapat mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan. Disebabkannya sering sekali dalam komunikasi interpersonal dilakukan secara *persuasif* (*persuasive communication*). Pendekatan *persuasif* dalam bentuk komunikasi interpersonal menggunakan teknik psikologis manusiawi: sifatnya halus, luwes berupa ajakan, bujukan atau rayuan. Tindakan mempengaruhi orang lain merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari. Dalam komunikasi interpersonal komunikator berusaha mempengaruhi komunikan agar komunikan memahami informasi yang disampaikan.<sup>54</sup>

Dalam komunikasi interpersonal komunikator berkepentingan untuk mewujudkan tujuannya yaitu mempengaruhi sikap dan serta tingkah laku komunikannya. Lambang-lambang (pesan) akan diartikan dan ditafsirkan sama (convergen). selanjutnya tujuan komunikasi adalah terwujudnya partisipasi dalam bentuk perubahan dan pembentukan sikap dari komunikan sesuai dengan tujuan yang tidak ditentukan pihak komunikator.<sup>55</sup>

Dalam proses komunikasi interpersonal (*interpersonal communication*) yang melibatkan dua orang dalam situasi interaksi, komunikator merancang dan memilih pesan untuk disampaikan kepada komunikan, dan komunikan menerima pesan. Sampai disitu komunikator menjadi *coder* dan komunikan menjadi *inkoder*.<sup>56</sup>

#### b) Pesan

Pada proses menyampaikan dan mengolah pesan hendaklah diolah sedemikian rupa agar tidak terjadi mis-komunikasi antara penyampai dengan penerima pesan. Pesan yang disampaikan dapat berupa verbal dan nonverbal disesuaikan dengan kondisi dan keadaan, sehingga menimbulkan daya tarik pesan berupa ketertarikan, keseriusan, keharuan, rasionalitas, argumentatif bahkan emosional bagi penerima pesan, keterkaitan pesan dengan ulasan yang disampaikan sangat tergantung kepada kemahiran, ilmu pengetahuan serta sikap dan keutuhan kepada seseorang komunikan.

#### e) Media

Media atau saluran ialah alat yang digunakan memindahkan pesan dari komunikator kepada komunikan. Para ilmuan social menyepakati dua tipe media atau saluran: pertama, *sensory channel*, yakni saluran yang memindahkan pesan sehingga akan ditangkap oleh lima indera, yaitu mata, telinga, tangan, hidung dan lidah. Lima saluran sensoris itu adalah cahaya, bunyi, peradaban dan rasa. Kedua, *institutionalized means* yaitu saluran yang sudah sangat dikenal dan digunakan manusia, misalnya percakapan tatap muka, material dan media elektronik.<sup>57</sup>

<sup>54</sup> Dedi Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, ... h. 73.

<sup>55</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, Cet. 2 (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), h. 19-20.

<sup>56</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu*, ... h. 14.

<sup>57</sup> Alvinaro Ardianto dan Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), h. 10-11.

d) Komunikasikan

Komunikasikan adalah orang yang menerima pesan dari komunikator yang sering disebut dengan istilah penerima (*receiver*) khalayak, sasaran, audience, komunikasikan dapat berupa individu, kelompok, masyarakat umum, partai atau negara, komunikasikan merupakan elemen penting dalam proses komunikasi, karena sebagai sasaran komunikasi. Dalam komunikasi interpersonal komunikasikan telah dikenal oleh komunikatornya. Komunikator telah mengetahui identitas komunikasikan. Seperti, nama, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, bahkan telah mengenal sikap dan prilakunya. Semakin banyak komunikator mengetahui identitas komunikasikan, maka semakin banyak karakter antarpribadi yang terbawa didalam komunikasi tersebut.<sup>58</sup>

e) Umpan Balik

Umpan balik merupakan respon balik dari komunikasikan kepada komunikator atau pesan-pesan yang telah disampaikan. Tanpa umpan balik dalam komunikasi maka komunikator dan komunikasikan tidak bisa memahami ide, pikiran, dan perasaan yang terkandung dalam pesan yang disampaikan, melalui umpan balik informasi yang telah tersedia bagi komunikator semungkinnya menilai keefektifannya komunikasi yang dilakukan. Selanjutnya dapat melakukan penyusuaian atau perbaikan-perbaikan dalam komunikasi selanjutnya.

Dalam komunikasi interpersonal umpan balik mudah diterima. Komunikator dapat mengetahui secara langsung apakah serangkaian pesan itu dapat diterima oleh komunikasikan atau tidak. Komunikator dapat mengatakan secara langsung jika dia melihat komunikasikan kurang memberikan perhatian atas pesan yang sedang disampaikan. Reaksi-reaksi verbal dapat diungkapkan secara langsung oleh komunikasikan melalui kata-kata menerima, mengerti bahkan menolak pesan. Sebaliknya reaksi pesan dapat dinyatakan dengan pesan nonverbal seperti menggelengkan kepala tanda tidak setuju dan tersenyum sebagai ungkapan bahagia.<sup>59</sup>

Komunikasi interpersonal dapat terjalin dengan baik antara individu, dengan memperhatikan beberapa hal seperti: penggunaan komunikasi secara nonverbal secara efektif, keterbukaan dalam menyampaikan pendapat, kemampuan menyampaikan pesan atau gagasan dengan jelas, pengetahuan terhadap pendapat dan perasaan orang lain, hal ini senada dengan diungkapkan oleh Rahmad yang menyatakan, agar komunikasi antar antarpribadi yang efektif maka dogmatis harus digantikan dengan sikap mendorong timbulnya saling pengertian, saling menghargai, dan saling mengembangkan kualitas hubungan antarpribadi.

Komunikasi interpersonal merupakan bentuk lain dari komunikasi intrapersonal atau antarpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Istilah lain dari komunikasi antarpribadi adalah komunikasi interpersonal.

<sup>58</sup> Alo Liliweri, *Dasar-dasar ...* h. 27.

<sup>59</sup> Alo Liliweri, *Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 29-30.

Komunikasi interpersonal terjadi dalam konteks satu komunikator dengan satu komunikator atau komunikasi diadik, atau satu komunikator dengan dua komunikannya disebut komunikasi triadik. Sedangkan lebih dari tiga biasanya disebut komunikasi kelompok.

Komunikasi interpersonal dapat berlangsung dengan tatap muka atau dengan menggunakan media komunikasi antar media (*nonmedia massa*), seperti telephone dan *handphone*. Dalam komunikasi antarpribadi, komunikator relatif cukup mengenal komunikannya dan sebaliknya, pesan dikirim dan diterima secara simultan dan spontan relatif kurang terstruktur demikian dengan halnya umpan balik yang dapat diterima dengan langsung. Dalam tatanan antar pribadi, komunikasi berlangsung dengan sirkuler, peran komunikator dan komunikannya terus dipertukarkan. Karena itu disebutkan kedudukan komunikator dan komunikannya relatif setara. Proses ini lazim dan sering disebut dialog. Walaupun demikian dalam konteks tertentu dapat berlangsung monolog, hanya satu pihak yang mendominasi. Efek komunikasi interpersonal adalah paling kuat jika dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya. Dalam komunikasi antarpribadi, komunikator bisa mempengaruhi langsung pandangan komunikannya untuk dapat melakukan hal-hal tertentu sesuai dengan isi pesan yang dikirim komunikator terhadap komunikannya.

Komunikasi interpersonal memiliki keunikan. Karena dimulai dari proses hubungan yang bersifat psikologis dan proses psikologis selalu mengakibatkan keterpengaruhannya seseorang dalam bertindak. Pada hakikatnya komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara seorang komunikator dengan komunikannya.

## B. Teori Komunikasi Antarbudaya

Perbedaan dalam setiap individu untuk berkomunikasi merupakan wujud komunikasi dalam konteks budaya. Pada prinsipnya budaya merupakan gaya seorang individu dalam berkomunikasi. Wujudnya adalah bagaimana seseorang mengambil gaya dalam mempengaruhi orang lain melalui rasa, cipta dan karsanya. Peradaban merupakan hasil dari budaya yang telah membudidaya, dengan kata lain komunikasi antar budaya ini dilakukan atas dasar perbedaan satu sama lain komunikator dengan tidak mengurangi atau menghilangkan bahkan menggabungkan setiap nilai yang dimiliki antara komunikator dan komunikannya. Pada hakikatnya kebudayaan yang dimiliki masyarakat mempunyai perbedaan yang signifikan. Mulai dari cara berbahasa, bentuk makanan, warna pakaian, tingkat etika bersopan santun, referensi moral dan lain-lain. Komunikasi antarbudaya dapat diartikan melalui beberapa pernyataan sebagai berikut (Liliweri, 2004:9):

1. komunikasi antarbudaya adalah pernyataan diri antarpribadi yang paling efektif antara dua orang yang saling berbeda latar belakang budaya
2. komunikasi antarbudaya merupakan pertukaran pesan-pesan yang disampaikan secara lisan, tertulis, bahkan secara imajiner antara dua orang yang berbeda latar belakang budaya

3. komunikasi antarbudaya merupakan pembagian pesan yang berbentuk informasi atau hiburan yang disampaikan secara lisan atau tertulis atau metode lainnya yang dilakukan oleh dua orang yang berbeda latar belakang budayanya.
4. komunikasi antarbudaya adalah pengalihan informasi dari seseorang yang berkebudayaan tertentu kepada seseorang yang berkebudayaan lain.
5. komunikasi antarbudaya adalah pertukaran makna yang berbentuk simbol yang dilakukan oleh orang yang berbeda latar belakang budayanya.
6. komunikasi antarbudaya adalah proses pengalihan pesan yang dilakukan seseorang melalui saluran tertentu kepada orang lain yang keduanya berasal dari latar belakang budaya yang berbeda dan menghasilkan efek tertentu.
7. komunikasi antarbudaya adalah setiap proses pembagian informasi, gagasan atau perasaan diantara mereka yang berbeda latar belakang budayanya. Proses pembagian informasi itu dilakukan secara lisan dan tertulis, juga melalui bahasa tubuh, gaya atau penampilan pribadi, atau bantuan hal lain di sekitarnya yang memperjelas pesan.<sup>60</sup>

Larry A Samovar dan Richard E Porter, mengemukakan enam unsur budaya yang secara langsung mempengaruhi persepsi kita ketika berkomunikasi dengan orang dari budaya lain, yakni:

1. Kepercayaan (beliefs), nilai (values), dan sikap (attitudes)
2. pandangan dunia (worldview)
3. organisasi sosial (social organization)
4. tabiat manusia (human nature)
5. orientasi kegiatan (activity orientation)
6. persepsi tentang diri dan orang lain (perception of self and others)<sup>61</sup>

### C. Teori Komunikasi Kelompok

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak bisa hidup tanpa bantuan orang lain. Ini dibuktikan dengan proses kehidupan manusia yang selalu tergantung dengan orang lainnya. Pada hakikatnya manusia merupakan makhluk ciptaan Tuhan yang paling sempurna dan paling unik. Kita mengetahui dimuali dari proses melahirkan manusia butuh bantuan orang lain, belajar makan, minum, berjalan sampai pada hal-hal lain yang dianggap penting dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Dalam konteks tertentu Manusia dapat menjadi objek dan subjek kehidupan. Dalam hal ini kelompok merupakan hal yang paling dominan yang selalu menjadi tolak ukur manusia dalam menentukan pilihan komunikasinya. Proses komunikasi merupakan kegiatan yang paling dominan dan tertua dalam aspek kehidupan manusia. Tanpa proses komunikasi manusia akan sulit berkelompok dan menentukan sikap. Pada prinsipnya manusia adalah berkelompok. Peralannya apakah manusia itu memilih kelompoknya sendiri

<sup>60</sup> <http://www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-komunikasi-antar-budaya.html>

<sup>61</sup> (<http://kuliahkomunikasi.com>)

atau dikelompokkan oleh manusia lainnya. Yang terpenting dalam hal ini adalah manusia ingin berkelompok.

Baruch Spinoza 300 tahun yang lalu menyatakan, bahwa manusia adalah binatang sosial. Pernyataan ini diperkuat oleh psikologi modern yang menunjukkan bahwa orang lain mempunyai pengaruh yang sangat besar pada sikap kita, perilaku kita, dan bahkan persepsi kita.

Kelompok adalah sekumpulan orang-orang yang terdiri dari dua atau tiga orang bahkan lebih. Kelompok memiliki hubungan yang insentif di antara mereka satu sama lainnya, terutama kelompok primer, intensitas hubungan di antara mereka merupakan persyaratan utama yang dilakukan oleh orang-orang dalam kelompok tersebut. Kelompok memiliki tujuan dan aturan-aturan yang dibuat sendiri dan merupakan kontribusi arus informasi di antara mereka sehingga mampu menciptakan atribut kelompok sebagai bentuk karakteristik yang khas dan melekat pada kelompok itu. kelompok yang baik adalah kelompok yang dapat mengatur sirkulasi tatap muka yang intensif di antara anggota kelompok, serta tatap muka itu pula akan mengatur sirkulasi komunikasi makna di antara mereka, sehingga mampu melahirkan sentimen-sentimen kelompok serta kerinduan di antara mereka.<sup>62</sup>

Antara komunikasi kelompok dengan komunikasi interpersonal sebenarnya tidak perlu ditarik suatu garis pemisah. Baik komunikasi kelompok maupun komunikasi interpersonal melibatkan dua atau lebih individu yang secara fisik berdekatan dan yang menyampaikan serta menjawab pesan-pesan baik secara verbal maupun nonverbal. Akan tetapi, komunikasi interpersonal biasanya dikaitkan dengan pertemuan antara dua, tiga atau mungkin empat orang yang terjadi secara sangat spontan dan tidak berstruktur, sedangkan komunikasi kelompok terjadi dalam suasana yang lebih berstruktur, sedangkan komunikasi lebih cenderung melihat dirinya sebagai kelompok serta mempunyai kesadaran tinggi tentang sasaran bersama. Komunikasi kelompok lebih cenderung dilakukan secara sengaja dan umumnya para pesertanya lebih sadar akan peranan dan tanggung jawab mereka masing-masing. (Goldberg, 1985:8-9)<sup>63</sup>. Komunikasi kelompok menitik beratkan kepada gejala komunikasi dalam kelompok kecil, tentang caranya untuk dapat lebih mengerti proses komunikasi kelompok, memperkirakan hasilnya serta lebih meningkatkan proses komunikasi kelompok.

Onong Uchjana Effendy menyatakan komunikasi kelompok Komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang dianggap lebih dari dua orang (Effendy 2002: 8). Sama dengan komunikasi antarpersonal, komunikasi kelompok, dan lain-lain. Selanjutnya Effendy mengklasifikasikan komunikasi kelompok ke dua aspek, yaitu: Pertama, Komunikasi kelompok kecil. Kedua, komunikasi kelompok besar, dalam hal ini

<sup>62</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008) h. 266

<sup>63</sup> <http://www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-komunikasi-kelompok.html>

komunikasi kelompok kecil lebih bersifat rasional, sedangkan komunikasi kelompok besar lebih bersifat emosional.

Saodah Wok mengungkapkan bahwa kelompok-kelompok tersebut dapat dibagi kepada kelompok formal dan kelompok informal (Wok, 2004: 72). Saodah menambahkan yang disebut kumpulan formal dan informal yang terwujud dalam organisasi. Kumpulan struktur formal yang jelas yaitu ketua atau pengurus dan lain-lain yang disebut, ada peraturan. Sedangkan kumpulan tidak formal, tidak memiliki struktur resmi tetapi dapat dikenal pasti ketuannya.

#### a. Fungsi Komunikasi Kelompok

Keberadaan suatu kelompok dalam masyarakat dicerminkan oleh fungsi-fungsi yang akan dilaksanakannya. Semua fungsi ini dimanfaatkan untuk kepentingan masyarakat, kelompok dan para anggota kelompok itu sendiri. Fungsi-fungsi tersebut mencakup:

- a. Fungsi hubungan sosial yaitu bagaimana suatu kelompok dapat memelihara dan memantapkan hubungan sosial diantara para anggotanya.
- b. Fungsi pendidikan. Bagaimana sebuah kelompok cara formal maupun informal bekerja untuk mencapai dan mempertukarkan pengetahuan.
- c. Fungsi Persuasi. Seorang anggota kelompok berupaya memersuasi anggota lainnya supaya melakukan atau tidak melakukan sesuatu.
- d. Fungsi problem solving. Kelompok juga dicerminkan dengan kegiatan-kegiatannya untuk memecahkan persoalan dan membuat keputusan.
- e. Fungsi terapi. Objek dari kelompok terapi adalah untuk membantu setiap individu mencapai tujuannya.<sup>64</sup>

Menurut Sendjaja (1994), fungsi komunikasi dalam organisasi yaitu :

1. Fungsi Informatif = Organisasi diartikan sebagai suatu sistem pemrosesan informasi, dimana setiap anggota organisasi diharapkan mampu memberi dan menerima informasi dengan baik guna kelancaran dalam menjalankan apa yang menjadi tugasnya.
2. Fungsi regulatif = Berkaitan dengan peraturan-peraturan dan pedoman yang berlaku dalam suatu organisasi
3. Fungsi persuasif = Merupakan cara lain dari perintah. Dimana kebanyakan pemimpin organisasi lebih memilih menggunakan cara persuasif dari pada perintah kepada bawahannya. Hal ini dikarenakan asumsi terkait penggunaan cara yang lebih halus akan menyebabkan seseorang lebih menghargai suatu tugas yang dibebankan kepadanya.
4. Fungsi Integratif = Berkaitan dengan penyediaan saluran yang memungkinkan setiap anggota organisasi untuk dapat melaksanakan tugas dan pekerjaannya dengan baik

---

<sup>64</sup> Ibid, h.270

## D. Teori Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses komunikasi yang dilakukan dengan cara menggunakan media massa. Media massa terbagi menjadi dua bagian, pertama media cetak seperti majalah, koran, dan lain-lain, sedangkan kedua media elektronik seperti radio, televisi, internet dan lain-lain.

Ada dua hal yang terpenting dari kajian teori tentang teori komunikasi massa. Pertama, media selalu melihat kearah masyarakat dan lembaga-lembaga kemasyarakatan. Kedua, media lebih melihat kearah orang perorang. Media massa tidak hanya sekedar mekanisme distribusi informasi yang sederhana saja, melainkan media dianggap sebagai organisasi sosial yang sangat kompleks dimasyarakat karena keterkaitannya dengan fungsi dan struktur serta perubahan masyarakat.

Komunikasi massa adalah proses dimana seorang atau sekelompok orang atau organisasi yang besar menyusun sebuah pesan dan mengirimkannya melalui beragam media kepada khalayak luas yang anonim dan heterogen. Kehadiran media komunikasi modern sebagai dampak makin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi cenderung mengaburkan batasan antara komunikasi interpersonal atau komunikasi interpersonal tradisional dan komunikasi massa<sup>65</sup>.  
Dibawah ini dituliskan Beberapa teori komunikasi massa

- 1: Hypodermic needle theory yaitu bahwa rakyat benar-benar rentan terhadap pesan-pesan komunikasi massa. Atau sering disebut dengan teori jarum hipodermic diprakarsai oleh Berlo (1960) dilanjutkan Schramm (1971) dan dipopulerkan oleh deffleur dan ball rokeach (1989)
- 2: Cultivation theory yaitu persepsi apa yang terbangun dibenak penonton tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi. Diperkenalkan oleh george gerbner pertengahan tahu 60-an
- 3: Fungsional aproach to mass communication : harold laswell dan charles wursth (1948-1960). Menyatakan bahwa media menyediakan informasi dan berita kepada kita setelah mereka mengadakan seleksi. Kritiknya adalah media seakan-akan mampu menyediakan dan memenuhi kebutuhan masyarakat, padahal itu sulit.
- 4: Human action aproach theory di temukan oleh P. Winch (1958) bahwa perilaku manusia bisa dipredikasi, sebab orang dalam bertindak selalu mempunyai tujuan-tujuan dalam berbagai pilihan:
- 5: Technological determinism theory oleh marshal me luhan (1962) menegaskan bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk eksistensi manusia itu sendiri. Tekhnologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat dan menyarankan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi lainnya.
- 6: Cultural imperialism theory oleh herb schiller (1973) menjelaskan bahwa negara barat mendominasi media di seluruh dunia sehingga pada akhirnya

<sup>65</sup> <https://pakarkomunikasi.com/teori-komunikasi-organisasi>

akan mempunyai pengaruh pada budaya dunia ketiga ( negara-negara belum dan sedang berkembang)

### E. Teori Komunikasi Organisasi

Organisasi sendiri merupakan suatu unit sosial yang terdiri atas organ-organ yang memiliki tugas dan pembagian kerja masing-masing namun saling berhubungan dan berkaitan satu sama lain guna mencapai suatu tujuan tertentu. Organisasi merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia dalam rangka mencapai tujuan dan cita-cita bersama

Menurut Arnold dan Feldman (1986) komunikasi organisasi adalah suatu proses pertukaran informasi diantara orang-orang dalam suatu organisasi. Dimana didalamnya terdapat empat tahapan komunikasi yang meliputi:

1. *attention* (Atensi/Perhatian)
2. *comprehension* (Komprehensi)
3. *acceptance as true* (Kebenaran/Fakta)
4. *retention* (Retensi) (Baca juga: Komunikasi Pemerintahan)

Pendapat lain dikemukakan oleh Pace dan Faulstich (2001), mereka berpendapat bahwa komunikasi organisasi merupakan perilaku pengatur organisasi yang terjadi diantara orang-orang dalam organisasi

## III. Pengaruh Komunikasi Massa terhadap Individu

### A. Teori Difusi Inovasi

Difusi inovasi merupakan gabungan dua kata yang kemudian membentuk satu arti baru. Difusi diartikan dengan suatu proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu selama jangka waktu tertentu terhadap anggota suatu sistem sosial. Difusi dikatakan juga sebagai suatu tipe komunikasi khusus dimana pesannya adalah ide baru. Disamping itu, difusi juga dapat dianggap sebagai suatu jenis perubahan sosial yaitu suatu proses perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi sistem sosial. Jelas di sini bahwa istilah difusi tidak terlepas dari kata inovasi. Karena tujuan utama proses difusi adalah diadopsinya suatu inovasi oleh anggota sistem sosial tertentu. Anggota sistem sosial dapat berupa individu, kelompok informal, organisasi dan atau sub sistem. Everett Rogers (1964) mendefinisikan difusi sebagai proses dimana sebuah inovasi dikomunikasikan melalui berbagai saluran dan jangka waktu tertentu dalam sebuah ag tion Tsistem sosial.<sup>66</sup>

Inovasi merupakan ide, praktek, atau objek yang dianggap baru oleh manusia atau unit adopsi lainnya. Teori ini meyakini bahwa sebuah inovasi terdifusi ke seluruh masyarakat dalam pola yang bisa diprediksi. Beberapa kelompok orang akan mengadopsi sebuah inovasi segera setelah mereka mendengar inovasi tersebut.

<sup>66</sup> (en.wikipedia.org/wiki/ Everett Rogers).



Teori yang digagas oleh Bryce Ryan dan Neil Gross (1943) menitikberatkan pada proses dimana sebuah ide baru dikomunikasikan melalui beragam saluran komunikasi diantara anggota suatu sistem sosial. Model ini menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi pikiran serta tindakan orang-orang serta proses mengadopsi sebuah teknologi atau ide baru.

Sedangkan beberapa kelompok masyarakat lainnya membutuhkan waktu lama untuk kemudian mengadopsi inovasi tersebut. Ketika sebuah inovasi banyak diadopsi oleh sejumlah orang, hal itu dikatakan exploded atau meledak. Jennings Bryant dan Susan Thompson mendefinisikan inovasi sama dengan teknologi, yaitu suatu desain yang digunakan untuk tindakan instrumental mengurangi ketidak teraturan suatu hubungan sebab akibat dalam mencapai suatu tujuan tertentu. Jadi, inovasi dapat dipandang sebagai suatu dalam rangka upaya untuk mencapai tujuan tertentu, ketika seorang sosiolog Teori difusi inovasi mulai muncul pada awal abad ke-20, tepatnya tahun Perancis, Gabriel Tarde, memperkenalkan Kurva difusi berbentuk S (S-shaped diffusion curve).<sup>67</sup>

## B: Teori Jarum Hipodermik

Teori ini disebut jarum hipodermik dengan nama lain Magic Bullet atau Stimulus Response Theory. Menjelaskan bahwa media massa memiliki dampak yang sifatnya langsung, segera serta kuat terhadap khalayak massa. Media massa pada kurun waktu 1940an hingga 1950an digambarkan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap perubahan perilaku.

Teori ini menguatkan bahwa media memiliki kekuatan mempengaruhi secara langsung para audiens. Apa yang dilihat didapan televisi, radio maupun internet merupakan perintah langsung ke otak komunikan dan mempengaruhi pengambilan keputusan serta perbuatan. Beberapa faktor yang memberikan kontribusi terhadap teori kuatnya dampak media massa adalah berkembangnya popularitas radio serta televisi yang begitu cepat.

Asumsi teori ini berpendapat bahwa media memiliki efek terhadap khalayak massa yang bersifat langsung, segera, dan sangat kuat. Studi mengenai efek media massa yang berkembang selama rentang tahun 1920an dan 1930an menunjukkan bahwa teori jarum hipodermik merupakan salah satu teori yang menggambarkan efek media massa yang sangat kuat. Pesan-pesan media massa berperan sebagai peluru atau jarum, yang menembak secara langsung ke dalam pikiran setiap individu dan memiliki konsekuensi mengubah perilaku khalayak massa.

Intisari asumsi teori jarum hipodermik adalah sebagai berikut :

1. Manusia memberikan reaksi yang seragam terhadap stimuli atau rangsangan.
2. Pesan media secara langsung menyuntik atau menembak ke dalam kepala dari setiap anggota populasi.
3. Pesan diciptakan sedemikian rupa agar dapat mencapai respon atau tanggapan yang diinginkan.

<sup>67</sup> Syukur... teori. H. 189

4. Efek dari pesan media bersifat langsung, segera, dan sangat kuat dalam menyebabkan perubahan perilaku manusia.
5. Masyarakat atau publik tidak memiliki kekuatan untuk menghindar dari pengaruh media<sup>68</sup>

### C. Teori *Two Step Flow Communication*

Teori dua tahap diformulasikan oleh Paul F. Lazarsfeld dan kawan-kawan berdasarkan hasil survey terhadap pemilih. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa hubungan sosial informal memegang peranan dalam memodifikasi perilaku yang mana masing-masing individu memilah isi media kampanye.

Two step flow seperti yang di tuliskan oleh teori ini menjelaskan bahwa adanya dorongan oleh pihak kedua dalam pemantapan pemahaman serta sikap dan tindakan yang akan diambil oleh audiens. Seorang dapat terpengaruh langsung oleh media di kuatkan oleh arah kedua sebagai pemberi informasi lengkap dan menguatkan.

Selanjutnya komunikasi dua arah mempunyai peran penting dalam sebuah penyampaian informasi. Informasi yang disampaikan pun beragam. Misalnya informasi yang bersifat privat hingga informasi yang bersifat umum dan terbuka. Terutama dalam masa yang bersifat horizontal, inklusif, dan sosial, beragam aktivitas sangat membutuhkan andil sebuah komunikasi dua arah. Sehingga berbagai denyut kehidupan tidak bisa dilepaskan dari kontak sosial dua arah<sup>69</sup>.

Komunikasi dua arah merupakan komunikasi yang dilakukan oleh komunikator dan komunikatonya selalu bergantian memberikan informasi dalam penyampaian sebuah pesan. Singkatnya, komunikasi yang terjadi antara pemberi informasi (source) dan penerima informasi (receiver). Manakala pemberi informasi menyampaikan informasi maka penerima informasi akan memberikan respon atau tanggapan terhadap sebuah pesan yang disampaikan. Sebagai contohnya dalam aktivitas diskusi akan saling bergantian dalam menyampaikan informasi.

Berbagai cara yang dapat digunakan untuk menciptakan komunikasi dua arah yang menarik. Dalam sebuah komunikasi baik penerima informasi maupun pemberi informasi melakukan komunikasi yang interaktif terhadap pesan yang disampaikan. Artinya tidak memalingkan muka tatkala pemberi informasi sedang berbicara. Hal pertama yang dapat dilakukan penerima informasi adalah mendengarkan dan menyimak pesan yang disampaikan oleh pemberi informasi. Namun penerima informasi tidak harus selalu diam sepanjang komunikasi. Penerima informasi dapat melakukan interaksi dalam sebuah komunikasi, misalnya tatkala ingin menanyakan informasi yang kurang jelas kepada si pemberi informasi. Manakala sepanjang komunikasi terjadi sebuah interaksi maka komunikasi akan berlangsung menarik.<sup>70</sup>

<sup>68</sup> <https://pakarkomunikasi.com/teori-jarum-hipodermik>

<sup>69</sup> Suprpto, Tommy, *Pengantar Teori Komunikasi*. (Yogyakarta: Media Pressindo, 2006). H: 25-

26

<sup>70</sup> Gm, Joko Hanantjo, *Jurnal: Komunikasi Dua Raha Antar Manusia* ( ), h: 12

#### D: Teori *Spiral of Silence*

Teori yang diperkenalkan oleh Elisabeth Noelle-Neumann (1974) menggambarkan hubungan efek media terhadap pembentukan opini publik dan pola perilaku demokratis. Frasa "spiral of silence" mengacu pada bagaimana orang-orang yang cenderung untuk tetap diam ketika mereka merasa pandangannya merupakan minoritas. Setiap individu yang melihat opininya sendiri diterima akan mengekspresikannya.

Sementara itu, mereka yang berpikir dirinya sebagai minoritas akan menekan pandangannya. Para inovator dan agen perubahan tidak takut dalam menyuarakan pendapat yang berbeda sebagaimana mereka tidak takut terhadap isolasi. Penekanannya adalah seorang secara individu maupun sekelompok orang minoritas tidak mampu memberikan warna dalam setiap keputusan akhirnya mayoritas mengambil alih kekuasaan dan membentuk opini.

Model ini didasarkan pada tiga premis:

1. Orang memiliki "kuasi-organ statistik," keenam-rasa jika Anda akan yang memungkinkan mereka untuk mengetahui pendapat umum yang berlaku, bahkan tanpa akses ke jajak pendapat.
2. Orang memiliki rasa takut isolasi dan mengetahui apa perilaku akan meningkatkan kemungkinan mereka terisolasi secara sosial.
3. Orang yang enggan untuk mengekspresikan pandangan minoritas, terutama dari takut terisolasi.<sup>71</sup>

Teori spiral keheningan menyadarkan gagasan pada tiga asumsi dasar dan berdasarkan penjelasan mengenai opini publik sebagai latar belakangnya, yaitu :

1. Asumsi pertama adalah masyarakat yang menyatakan bahwa memiliki kekuasaan terhadap pandangan yang menyimpang dan tidak ingin menyesuaikan pendapatnya dengan ancaman terisolasi. Spiral kesunyian disebabkan ada perasaan takut atau terkucil dari lingkungan yang berbeda pendapat. Teori ini bukan sekedar ikut ikutan atau berada pada pihak yang menang, tetapi berusaha untuk menghindari dari situasi yang terisolasi dari kelompok sosialnya.
2. Asumsi kedua adalah bahwa perasaan khawatir akan terisolasi menyebabkan individu harus mengukur iklim pendapat sepanjang waktu. Teori spiral kebuisan memberikan argumentasi bahwa orang selalu bertindak sebagai penilai iklim opini publik orang mengetahui pendapat atau pandangan mana yang populer yang lebih banyak diterima dan pandangan mana tidak banyak diterima orang. Hal tersebut disebut dengan istilah kuasi statistik yaitu adanya perasaan yang cukup meyakinkan dalam diri seseorang bahwa suatu pendapat atau pandangan tertentu adalah yang paling banyak mendapat dukungan atau diterima, walaupun hal tersebut belum dapat dibuktikan secara ilmiah selain itu juga orang mempunyai kemampuan untuk memberikan penilaian terhadap arah pembicaraan seseorang apakah mendukung atau menolak suatu pendapat.

<sup>71</sup> <http://ayyzeta.blogspot.co.id/2012/12/makalah-teori-spiral-of-silence.html>

3. Asumsi tiga menyatakan bahwa evaluasi atas opini publik akan mempengaruhi pendapat dan perilaku masyarakat. Neolle-neumann percaya bahwa orang tidak suka mendiskusikan topik-topik yang tidak memiliki dukungan mayoritas. Teori ini juga menunjukkan sifat yang tidak suka debat atau menghindari perdebatan. Kecuali terpaksa, orang biasanya tidak suka mengemukakan pribadinya kepada pendapat yang berbeda atau bertentangan dengan banyak pendapat. Namun demikian spiral keheningan menjadi faktor yang cukup dominan dalam menentukan apakah seseorang hendak menyatakan pendapatnya atau tidak, dan menurut beberapa riset, faktor spiral kebisuan ini memiliki pengaruh yang cukup besar.<sup>72</sup>

#### IV: Pengaruh Komunikasi Massa terhadap Masyarakat dan Budaya

##### A: Teori Agenda Setting

Zaman modern sekarang banyak kita jumpai terbitnya media on line yang secara tidak langsung mempengaruhi pembaca media cetak. Audiens tidak bersusah payah untuk mencari dan membaca berita, kebanyakan informasi yang dicetak ternyata banyak juga yang di tayangkan secara online. Ini dapat memudahkan pembaca yang memiliki aplikasi android atau sejenisnya.

Menjelaskan teori ini dapat dilihat dari peran media yang sangat besar mempengaruhi pembaca. Media dapat mendesain pola dan model opini dan pikiran masyarakat hanya dengan menyetting berita yang akan diterbitkan. Teori pengaturan agenda merupakan salah satu teori yang menjelaskan efek kumulatif media. Beberapa tokoh yang merumuskan teori ini adalah **Bernard Cohen**, **Maxwell McCombs**, dan **Donald Shaw**. Teori pengaturan media menggambarkan kekuatan pengaruh media. Inti dari teori pengaturan media adalah pembentukan kepedulian dan perhatian publik terhadap beberapa isu yang ditampilkan oleh media berita.

Terdapat dua asumsi dasar yang mendasari sebagian besar penelitian mengenai pengaturan media yaitu bahwa pers dan media tidak merefleksikan kenyataan yang sebenarnya setelah dilakukan penyaringan, dan konsentrasi media terhadap beberapa isu dan subyek mengajak publik untuk menerima isu tersebut lebih penting daripada isu lainnya. Teori Agenda Setting pertama dikemukakan oleh Walter Lippman (1963), teori ini mengemukakan bahwa kemampuan media massa untuk mempengaruhi persepsi khalayak tentang apa yang di anggap penting. Apa yang di tonjolkan media hari ini akan mempengaruhi khalayak bahwa informasi itu penting

McCombs dan Shaw pertama menyebut fungsi agenda-setting pada tahun 1972, gagasan bahwa orang menginginkan bantuan media dalam menentukan realitas politik yang sudah disuarakan oleh sejumlah analis peristiwa saat ini. Walter Lippman pernah mengutarakan pernyataan bahwa media berperan sebagai mediator antara "The world outside and the

<sup>72</sup> <https://cendynova06.wordpress.com/>

pictures in our heads". McCombs dan Shaw juga sependapat dengan Lipmann. Menurut mereka, ada korelasi yang kuat dan signifikan antara apa-apa yang diagendakan oleh media massa dan apa-apa yang menjadi agenda publik. Awalnya teori ini bermula dari penelitian mereka tentang pemilihan presiden di Amerika Serikat tahun 1968. Dari penelitian tersebut ditemukan bahwa ada hubungan sebab-akibat antara isi media dengan persepsi pemilih.<sup>73</sup>

## B. Media Systems Dependency Theory

Teori ini menyatakan bahwa media bergantung pada konteks sosial dan pertama kali dirumuskan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin DeFleur (1976). Mereka memandang bahwa bertemunya media dengan khalayak didasarkan atas tiga perspektif, yaitu perspektif perbedaan individual, perspektif kategori sosial, dan perspektif hubungan sosial.

Teori Dependensi kali pertama muncul di Amerika Latin. Pada awal kelahirannya, teori ini lebih merupakan jawaban atas kegagalan program yang dijalankan oleh ECLA (*United Nation Economic Commission for Latin Amerika*) pada masa awal tahun 1960-an. Lembaga tersebut dibentuk dengan tujuan untuk mampu menggerakkan perekonomian di negara-negara Amerika Latin dengan membawa percontohan teori Modernisasi yang telah terbukti berhasil di Eropa.<sup>74</sup>

Teori Dependensi juga lahir atas respon ilmiah terhadap pendapat kaum Marxis Klasik tentang pembangunan yang dijalankan di negara maju dan berkembang. Aliran neo-marxisme yang kemudian menopang keberadaan teori Dependensi ini.

Asumsi teori ini memandang bahwa dependensi relatif khalayak terhadap sumber media massa jika dibandingkan dengan sumber informasi lainnya merupakan suatu variabel yang harus ditentukan secara empiris. Semakin besar kadar dependensi khalayak terhadap media massa dilihat dari segi perolehan informasi dan semakin tinggi kadar kritis serta ketidakstabilan masyarakat, maka akan semakin besar pula kekuasaan yang dapat dimiliki oleh media (atau kekuasaan yang dikaitkan dengan peranannya).

## V: Audience dan Pengaruhnya terhadap Komunikasi Massa

### A: Pendekatan Uses dan Gratification

Teori ini yang digagas oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch muncul sebagai reaksi terhadap penelitian komunikasi massa tradisional yang menekankan pada pengirim dan pesan. Teori penggunaan dan kepuasan menekankan pada khalayak yang aktif dalam menggunakan media massa. Yang menjadi poin utama teori penggunaan dan kepuasan adalah orientasi

<sup>73</sup> Anifatul dkk, *Jurnal: Teori agenda setting* (Surabaya, 2011) H: 2

<sup>74</sup> <http://rodial.blogspot.co.id/2014/02/makalah-dependency.html>

psikologis dalam memenuhi kebutuhan, motivasi, dan kepuasan pengguna media massa.

Asumsi teori penggunaan dan kepuasan adalah menjelaskan penggunaan serta fungsi media bagi individu, kelompok, dan masyarakat secara umum. Terdapat tiga tujuan dalam mengembangkan teori penggunaan dan kepuasan yaitu:

1. Menjelaskan bagaimana masing-masing individu menggunakan komunikasi massa untuk memuaskan kebutuhannya;
2. Menemukan hal-hal yang mendasari motivasi penggunaan media dari masing-masing individu;
3. Mengidentifikasi konsekuensi positif maupun negatif dari penggunaan media oleh masing-masing individu.

Inti dari teori penggunaan dan kepuasan terletak pada asumsi anggota khalayak secara aktif mencari media massa untuk memenuhi kebutuhan masing-masing individu

Teori Uses and Gratification yang dikemukakan Herbert Blumer dan Elihu Katz menjelaskan bahwa pemirsa memiliki segala kuasa dalam pemilihan informasi. Teori ini membantah adanya pernyataan bahwa media memberi informasi dan penonton menerima semuanya dengan pasif. Teori milik Blumer dan Katz ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut, serta lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan Katz percaya bahwa ada banyak alasan/motif khalayak untuk menggunakan media (Nurudin, 2011:192).

Dengan motif yang begitu beragam dan tidak terbatas, motif-motif tersebut dibagi menjadi 4 motif, antara lain: motif informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, dan hiburan. Setiap individu memiliki motif yang berbeda dalam menggunakan media, karena setiap orang memiliki kebutuhan masing-masing yang ingin dipenuhinya melalui media<sup>73</sup>.

## VI. Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori

### A. Teori Integratif

Teori sistem dalam komunikasi organisasi biasanya dipandang pula sebagai struktural fungsional. Berangkat dari kerangka pikir klasik yang dikemukakan Weber mengenai struktur dan fungsi organisasi, teori-teori sistem yang antara lain dikemukakan oleh Chester Barnard, Daniel Katz dan Robert Kahn, dianggap telah memberikan semacam otot dan daging bagi kerangka yang telah disusun oleh Weber, termasuk juga teori integratif yaitu suatu pendekatan sistem yang menekankan pada proses integratif dari konsep-konsep sistem (Rohim, 2009: 133). Teori integratif dikemukakan oleh Richard Farace, Peter Monge dan Hamish Russett. Teori ini menunjukkan suatu pandangan umum yang

<sup>73</sup> file:///C:/Users/My%20Computer/Downloads/Documents/Bab%201.pdf

sangat menarik mengenai konsep-konsep sistem dari organisasi. Karya mereka merupakan integrasi dari berbagai gagasan terbaik ke dalam suatu bentuk yang secara internal telah memberikan suatu sintesis mengenai pandangan sistem menyatukan sejumlah besar pemikiran yang didasarkan atas penelitian, yang terakhir menempatkan komunikasi sebagai pusat dari struktur organisasi

Mereka mendefinisikan suatu organisasi sebagai suatu sistem yang setidaknya terdiri dari dua orang atau lebih, ada saling ketergantungan, input, proses kom dan output. Kelompok ini berkomunikasi dan bekerja sama untuk menghasilkan i sistes suatu hasil akhir dengan menggunakan energi, informasi, dan bahan-bahan lain dari lingkungan (Rohim, 2009: 156). Dari definisi yang diberikan Parace dan rekannya tentang organisasi di tivitas atas, salah satu sumber daya penting dalam organisasi adalah informasi:

Parace dan rekannya mendefinisikan informasi dalam pengertian untuk mengurangi ketidakpastian. Ketika orang teode mampu untuk memperkirakan pola-pola yang akan terjadi dalam aliran dan hubungan-hubungannya, maka ketidakpastian dapat dikurangi dan informasi berhasil diperoleh. Komunikasi sendiri, sebagian merupakan pengurangan dan ketidakpastian melalul informasi, karena komunikasi mencakup penggunaan bentuk-bentuk simbol umum yang saling dimengerti oleh para partisipannya. Dalam teorinya, parace dan rekannya mengemukakan dua bentuk komunikasi yang berkaitan dengan dua bentuk informasi yaitu:

