

Tugas : Bacalah Materi yang diberikan pada MK Teori Komunikasi ini
Kemudian buatlah makalah per-Angkatan tentang **Dasar Komunikasi, Substansi
Teoritis dan Historis Disiplin Ilmu dan Teori Komunikasi. Yang** Membahas
konsep dasar komunikasi, teori, teori komunikasi, evaluasi teori serta latar
belakang perkembangan disiplin dan teori-teori komunikasi awal

Tugas : Bacalah Materi yang diberikan pada MK Teori Komunikasi ini Kemudian buatlah makalah per-Angkatan tentang **Dasar Komunikasi, Substansi Teoritis dan Historis Disiplin Ilmu dan Teori Komunikasi. Yang** Membahas konsep dasar komunikasi, teori, teori komunikasi, evaluasi teori serta latar belakang perkembangan disiplin dan teori-teori komunikasi awal

KAJIAN KOMUNIKASI MASSA MENURUT PERSPEKTIF PERIODISASI

kajian komunikasi massa menurut perspektif tradisi, yaitu pengelompokan masalah komunikasi massa berdasarkan perspektif; (1) rhetorical, (2) semiotic, (3) phenomenological, (4) cybernetic, (5) sociopsychological, (6) sociocultural, (7) critical (Stephen W., 2002: 12). Bahasan kajian komunikasi massa yaitu perspektif periodisasi. Perspektif ini antara lain melihat kajian komunikasi berdasarkan sudut pandang periode perkembangan sejarah manusia, periode perkembangan kajian ilmu komunikasi dan periode berdasarkan biographical approach.

Konsep perspektif dan komunikasi massa pada bagian berikut ini.

1. Konsep Perspektif Menurut Miller (2005: 1), perspektif adalah suatu cara untuk memandang atau melihat sebuah fenomena khusus. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa suatu perspektif merupakan suatu kumpulan asumsi maupun keyakinan tertentu tentang suatu hal. Melalui perspektif setiap orang akan memandang sesuatu hal berdasarkan cara-cara tertentu. Cara-cara itu berhubungan dengan asumsi yang mendasarinya, unsur-unsur pembentukannya, dan ruang lingkup apa yang dipandang itu. Selain itu, Charon (1994: 80) secara ringkas mengemukakan bahwa perspektif adalah suatu kerangka kerja konseptual, sekumpulan asumsi, nilai, dan gagasan yang mempengaruhi persepsi manusia sehingga menghasilkan tindakan dalam suatu konteks situasi.

Dalam kaitannya dengan ilmu komunikasi, perspektif adalah bagaikan sebuah lensa (lens) di mana kita dapat melihat dan meneropong sebuah proses komunikasi.

Miller (2002: 1) selanjutnya mengatakan bahwa sebaiknya kita tidak berbicara tentang perspektif dalam sebuah lensa yang bersifat tunggal (singular), namun kita lebih baik berbicara perspektif dalam sifat yang 'plural'. Perspektif yang berbedabeda akan melihat komunikasi dari sudut pandang yang berbeda

Jadi, dengan menggunakan perspektif yang berbeda kita akan melihat suatu fenomena atau gejala sosial dengan cara yang berbeda pula. Dengan menggunakan perspektif yang berbeda maka akan muncul teori atau konsep komunikasi yang berbeda pula. Pada akhirnya kita akan mempunyai cara pandang yang berbeda terhadap suatu fenomena atau gejala sosial yang berbeda.

2. Konsep Komunikasi Massa

Chaffe dan Metzger (2001: 365) mengembangkan konsep komunikasi massa dengan cara mengevaluasi tiga konseptualisasi penting mengenai komunikasi massa. Ketiga konsep tersebut adalah; 1) Komunikasi massa

sebagai institusi media 2) Komunikasi massa sebagai problem sosial dan c) Komunikasi massa sebagai kajian Akademik.

Untuk konsep pertama, komunikasi massa dipandang sebagai suatu proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh industri media (suratkabar, majalah, film, televisi, dsb.) kepada khalayaknya. Ciri utama konsep ini adalah institusi media melakukan produksi massa dan penyebaran pesan yang sangat luas dan besar. Konsep kedua, memandang komunikasi massa sebagai problem sosial karena adanya kekuatiran mengenai pengaruh media massa yang sangat besar bagi masyarakat baik dalam tataran psikologis maupun dalam kehidupan sosial.

Sedangkan konsep ketiga, memandang komunikasi massa lewat sejumlah aktivitas yang selama ini dilakukan oleh institusi pendidikan tinggi. Saat ini teknologi komunikasi massa telah berkembang pesat. Penemuan teknologi seperti internet dan telepon seluler telah merubah ciri komunikasi massa yang dipahami selama ini sebagai komunikasi yang bersifat massif, heterogen, delayed feedback dan seterusnya. Chaffe dan Metzger dalam artikelnya (2001), mempertanyakan apakah dengan munculnya media baru tersebut komunikasi massa menjadi berakhir.

TUGAS PERTEMUAN I
TEORI KOMUNIKASI



Oleh :

SAIPUL ANWAR (192910018)

Dosen Pengampu :

Prof. Isna Wijayani, M.Si., Ph.D

PRODI MAGISTER ILMUKOMUNIKASI
PROGRAM PASCA SARJAN
UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG
2020

TUGAS PERTEMUAN I

1. Tugas : Bacalah Materi yang diberikan pada MK Teori Komunikasi ini Kemudian buatlah makalah per-Angkatan tentang Dasar Komunikasi, Substansi Teoritis dan Historis Disiplin Ilmu dan Teori Komunikasi. Yang Membahas konsep dasar komunikasi, teori, teori komunikasi, evaluasi teori serta latar belakang perkembangan disiplin dan teori-teori komunikasi awal.

Answer Question

A. Komunikasi

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris communication mempunyai banyak arti. Menurut asal katanya (etimologi), istilah komunikasi berasal dari bahasa latin, yaitu communis, yang berarti sama (common). Dari kata communis berubah menjadi kata kerja communicare, yang berarti menyebarkan atau memberitahukan informasi kepada pihak lain guna mendapatkan pengertian yang sama.¹ Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) “komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan dan berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami”.² Gerald R. Miller yang dikutip oleh Deddy Mulyana menjelaskan pengertian komunikasi sebagai berikut “komunikasi terjadi jika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima”.³ Everest M. Rogers menyatakan bahwa “komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud mengubah tingkah laku mereka. Sedangkan menurut Anwar Arifin komunikasi berarti suatu upaya bersama-sama orang lain, atau membangun kebersamaan dengan orang lain dengan membentuk perhubungan”.⁴

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi dan pengertian dari seorang kepada orang lain, baik verbal maupun non verbal melalui simbol-simbol ataupun isyarat isyarat asalkan komunikasi itu dapat dipahami dan dimengerti oleh kedua belah pihak. Dalam keadaan seperti inilah baru dapat dikatakan komunikasi telah berhasil baik (komunikatif). Jadi, komunikasi adalah pernyataan

¹wursanto, *Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta : Cv. Andi Offset, 2005), Hlm. 153

²Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), Edisi Iii, Hlm. 79.

³deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung : Pt Remajarosdakarya, 2002), Hlm. 62

⁴Ernie Tisnawati, Kurniwan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2005) Hlm. 295-296

manusia, sedangkan pernyataan itu dapat dilakukan dengan kata-kata tertulis ataupun lisan, disamping itu dapat dilakukan juga dengan isyarat-isyarat atau simbol-simbol.

B. Tujuan Komunikasi

Menurut Widjaya pada umumnya komunikasi memiliki beberapa tujuan, antara lain :

1. Supaya pesan yang disampaikan dapat dimengerti, maka komunikator harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti dan mengikuti apa yang kita maksudkan.
2. Memahami orang lain, komunikator harus mengerti benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan mereka.
3. Supaya gagasan dapat diterima orang lain, maka komunikator harus berusaha agar gagasan kita dapat diterima orang lain dengan pendekatan persuasif bukan memaksakan kehendak.
4. Untuk dapat menggerakkan orang lain dalam melakukan sesuatu.⁵

Menurut Effendy (2004: 55) terdapat empat tujuan komunikasi, yaitu:

1. Mengubah sikap (to change the attitude)
2. Mengubah opini atau pendapat (to change the opinion)
3. Mengubah perilaku (to change behaviour)
4. Mengubah masyarakat (to change the society)

C. Fungsi Komunikasi

Menurut Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson (Effendy, 2005: 5), komunikasi mempunyai dua fungsi umum. Pertama, untuk kelangsungan hidup sehari-hari, meliputi keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri kita pada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. Kedua, untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat.

D. Elemen Komunikasi

Terdapat beberapa elemen-elemen dalam komunikasi, diantaranya sebagai berikut:

1. Source (Sumber) Komunikator

Source atau sumber adalah seseorang yang membuat keputusan untuk berkomunikasi. Sering disebut juga dengan pengirim (sender), penyandi (encoder), komunikator, pembicara (speaker)

2. The message (Pesan)

⁵ Puji Santosa, Materi Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia, (Jakarta : Universitas Terbuka, 2007) Hlm. 12.

Pesan adalah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal maupun nonverbal yang berisi ide, sikap dan nilai komunikator. Pesan memiliki tiga komponen yaitu; (1) makna, (2) simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, (3) bentuk atau organisasi pesan.

3. The channel (saluran)

Saluran adalah alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima

4. The receiver (penerima)

Penerima Adalah orang yang menerima pesan. Penerima sering disebut juga dengan sasaran/ tujuan (destination), penyandi balik (decoder), khalayak (audience), pendengar (listener), atau penafsir (interpreter).

5. Barriers (hambatan)

Hambatan adalah faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya kesalahan pemaknaan pesan yang komunikator sampaikan kepada penerima. Hambatan ini bisa berasal dari pesan, saluran, dan pendengar.

6. Feedback (umpan balik)

Adalah reaksi dan respon pendengar atas komunikasi yang komunikator lakukan. Feedback bisa dalam bentuk komentar atau tertulis, surat.

7. The situation (situasi)

Adalah salah satu elemen yang paling penting dalam proses komunikasi. Situasi atau keadaan selama komunikasi berlangsung berpengaruh terhadap mood pembicara maupun pendengar, saluran/ media yang dipakai, dan feedback audience⁶

Komunikasi dikatakan berhasil apabila penerima pesan memahami pesan sebagaimana yang dimaksudkan oleh pengirim pesan.⁷ Menurut Bovee dan Thill dalam buku *Business Communication Today*, mengatakan bahwa proses komunikasi terdiri dari atas enam tahap, yaitu:⁸

a. Tahap Pertama: Pengirim memiliki suatu ide atau gagasan

Sebelum proses penyampaian pesan dapat dilakukan, pengirim pesan harus menyiapkan ide atau gagasan yang ingin disampaikan kepada pihak lain atau audiens. Ide satu orang dengan orang yang akan disampaikan mungkin akan berbeda, bahkan seseorang yang

⁶Elemen Komunikasi, < Tulisanterkini.Com/Artikel/Artikel-Ilmiah/7069-Element-Elementkomunikasi.Html> [Access 17 April 2020]

⁷ Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta:Erlangga,2009), Halm.170.

⁸ Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, (Jakarta:Erlangga, 2006), Halm. 11.

mengalami pengalaman yang sama terhadap suatu hal, akan memiliki kesan yang tidak serupa

b. Tahap Kedua: Pengirim merubah ide menjadi suatu pesan

Dalam suatu proses komunikasi, tidak semua ide dapat diterima atau dimengerti secara sempurna. Proses komunikasi dimulai dengan adanya ide dalam pikiran, lalu diubah ke dalam bentuk pesan-pesan seperti dalam bentuk kata-kata, ekspresi wajah, dan sejenisnya untuk kemudian disampaikan kepada orang lain

c. Tahap Ketiga: Pengirim menyampaikan pesan

Setelah mengubah ide ke dalam suatu pesan, tahap berikutnya adalah menyampaikan pesan melalui berbagai saluran yang ada kepada si penerima pesan. Saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan terkadang relatif pendek, tetapi ada juga yang cukup panjang. Panjang pendeknya saluran komunikasi yang digunakan akan berpengaruh terhadap efektivitas penyampaian pesan

d. Tahap Keempat: Penerima pesan menerima pesan

Komunikasi antara seseorang dengan orang lain akan terjadi, bila pengirim mengirimkan suatu pesan dan penerima pesan menerima pesan tersebut. Sebagai contoh jika seseorang mengirim sepucuk surat, komunikasi baru bisa terjalin bila penerima surat telah membaca dan memahami isinya. Dan jika seseorang menyampaikan pidato di hadapan umum, para pendengar sebagai audiens harus dapat mendengar apa yang dikatakan dan memahami pesan-pesan yang ingin disampaikan

e. Tahap Kelima: Penerima menafsirkan pesan

Setelah penerima menerima pesan, tahap berikutnya adalah bagaimana ia dapat menafsirkan pesan tersebut. Suatu pesan yang dikirimkan harus mudah dimengerti dan tersimpan dibenak pikiran si penerima. Selanjutnya, suatu pesan baru dapat ditafsirkan secara benar bila penerima pesan telah memahami isi pesan sebagaimana yang dimaksudkan oleh si pengirim. Menafsirkan pesan (to interpret) berarti menguraikan atau memahami suatu pesan dengan cara tertentu.

f. Tahap keenam: Penerima memberi tanggapan dan umpan balik

Umpan balik atau feedback adalah penghubung akhir dalam suatu mata rantai komunikasi. Umpan balik itu merupakan suatu tanggapan penerima pesan yang memungkinkan pengirim untuk menilai efektivitas suatu pesan. Feedback ini bisa berupa suatu sinyal yang bentuknya dapat berupa senyuman, tertawa, sikap murung, atau bahkan memberi komentar. Adanya umpan balik akan dapat menunjukkan adanya faktor-faktor penghambat

komunikasi, misalnya perbedaan latar belakang, perbedaan penafsiran kata, dan perbedaan reaksi secara emosional.⁹

E. Proses Komunikasi

Proses komunikasi menurut Komala (2009:83) yaitu “Proses komunikasi terjadi manakala manusia berinteraksi dalam aktivitas komunikasi menyampaikan pesan mewujudkan motif komunikasi.” Sedangkan menurut Suprpto (2011: 5) mengutip Joseph A. Desito (1996) mengemukakan bahwa “Komunikasi adalah transaksi Dengan transaksi dimaksudkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses di mana komponen-komponennya saling terkait, dan bahwa para komunikatornya bereaksi dan bereaksi sebagai suatu kesatuan dan keseluruhan.”

F. Pola Komunikasi

Pola komunikasi adalah suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen - komunikasi dengan komponen lainnya (Soejanto, 2005: 27). Pola komunikasi adalah bentuk atau pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan yang mengaitkan dua komponen, yaitu gambaran atau rencana yang meliputi langkah-langkah pada suatu aktivitas, dengan komponen-komponen yang merupakan bagian penting atas terjadinya hubungan komunikasi antar manusia atau kelompok dan organisasi.

G. Tehnik Komunikasi

Teknik komunikasi ialah cara yang dianggap tepat untuk mengerjakan sesuatu dan merupakan kecakapan yang dimiliki oleh orang yang memiliki keahlian tertentu. Teknik komunikasi merupakan keahlian yang dimiliki oleh seseorang dalam menyampaikan informasi kepada pihak lain sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat dan tepat oleh penerima informasi. Secara singkat bahwa teknik komunikasi adalah kecakapan dalam berkomunikasi.

Beberapa teknik komunikasi, yaitu (1) teknik kepercayaan, (2) teknik perhubungan, (3) teknik kepuasan, (4) teknik kejelasan, (5) teknik kesinambungan dan konsistensi, (6) teknik persesuaian, dan (7) teknik penggunaan saluran yang tepat.¹⁰

⁹R. Wayne Pace Dan Don F. Faules, Editor: Deddy Mulyana, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2006), Hlm. 28.

¹⁰ Wursanto, *Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta : Cv. Andi Offset, 2005), Hlm. 172.

1. Teknik Kepercayaan (credibility technique)

berarti antara komunikator dengan komunikan harus saling mempercayai. Tidak adanya saling percaya akan menghambat komunikasi.

2. Teknik Perhubungan (context technique)

berarti informasi yang disampaikan harus saling berhubungan. Antara informasi yang baru disampaikan tidak bertentangan dengan informasi yang terdahulu. Apabila hal ini terjadi harus segera diberi penjelasan mengapa hal tersebut dapat terjadi.

3. Teknik Kepuasan (content technique)

bahwa komunikasi harus memberikan kepuasan kepada kedua belah pihak. Hal ini akan terjadi apabila komunikasi berlangsung secara timbal-balik (dua arah)

4. Teknik Kejelasan (clarity technique)

bahwa informasi yang disampaikan harus jelas. Kejelasan ini meliputi kejelasan akan isi informasi yang disampaikan, kejelasan akan tujuan yang akan dicapai, kejelasan bahasa yang dipergunakan

5. Teknik Kesenambungan Dan Konsistensi (continuity and consistency technique)

berarti komunikasi hendaknya dilakukan secara terus menerus dan diusahakan agar informasi yang baru tidak bertentangan dengan informasi yang terdahulu

6. Teknik Persesuaian (concord technique)

berarti pengiriman berita harus disesuaikan dengan kemampuan dan pengetahuan yang pihak penerima berita, sebaiknya mempergunakan istilah-istilah yang mudah dimengerti oleh pihak penerima berita. Pengiriman informasi juga harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang memungkinkan informasi itu dapat diterima dengan baik oleh komunikan. Dalam hal ini dapat kita ambil contoh misalnya seorang bawahan akan mengajukan suatu program kepada pimpinan. Apabila program itu diajukan pada saat pimpinan sedang menghadapi persoalan yang berat, sudah tentu program tersebut tidak akan diterima. Kemungkinan besar program itu akan diterima apabila diajukan pada saat pimpinan sedang santai, pada waktu istirahat, makan bersama dan sebagainya.

7. Teknik Penggunaan Saluran Yang Tepat (channels of distribution technique)

berarti bahwa dalam penyampaian informasi hendaknya dipakai saluran-saluran komunikasi yang sudah biasa dipergunakan dan sudah dikenal oleh para pegawai. Saluran komunikasi yang dipergunakan hendaknya juga disesuaikan dengan jenis dan sifat informasi yang akan disampaikan. Informasi yang sangat penting dan bersifat rahasia lebih tepat apabila disampaikan secara lisan (melalui telepon, atau melalui tatap muka)¹¹

¹¹ Wursanto, *Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2005), hlm. 172

Dalam Al-Quran dan Al-Hadits ditemukan berbagai panduan agar komunikasi berjalan dengan baik dan efektif. sebagai kaidah, prinsip, atau etika berkomunikasi dalam perspektif Islam. Kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam ini merupakan panduan bagi kaum muslim dalam melakukan komunikasi, baik dalam komunikasi intrapersonal, interpersonal dalam pergaulan sehari-hari, berdakwah secara lisan dan tulisan, maupun dalam aktivitas lain. Adab berbicara dalam Al-Quran Surah An-Nisa ayat 9 yaitu sebagai berikut :

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya: “dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang benar.” (QS. An-Nisa:9)

DAFTAR PUSTAKA

- Bahasa Indonesia, (2007). Jakarta : Universitas Terbuka
- Deddy Mulyana, 2002(). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Pt Remajarosdakarya
- Djoko Purwanto, (2006). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta:Erlangga
- Ernie Tisnawati, Kurniwan Saefullah, (2005). *Pengantar Manajemen*. Jakarta:Kencana Prenada Media Group
- Fuhrmann, BS. (1990). *Adolescence, Adolescents*. Illinois:Scott. Foresman/Little Higher Education
- Ismail Solihin, (2009). *Pengantar Manajemen*. Jakarta:Erlangga
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, (2001). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka,
- R. Wayne Pace Dan Don F. Faules, Editor:Deddy Mulyana, (2006). *Komunikasi Organisasi*, (Bandung:Pt. Remaja Rosdakarya
- Tulisanterkini.Com/Artikel/Artikel-Ilmiah/7069-Element-Elementkomunikasi.Html
[Access 17 April 2020]
- Wursanto, (2005). *Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta : Cv. Andi Offset