

Hj. Ilah Holilah, S.Ag., M.Si.

TEORI-TEORI KOMUNIKASI



Pusat Penelitian dan Penerbitan (Puslitpen)
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M)
Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten
Tahun 2020

Hj. Ilah Holilah, S.Ag., M.Si.

TEORI-TEORI KOMUNIKASI

**Pusat Penelitian dan Penerbitan (Puslitpen)
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M)
Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten
Tahun 2020**

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrohmaanirrohiim

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang atas rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan buku dasar yang berjudul “TEORI-TEORI KOMUNIKASI” tepat pada waktunya.

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari jalan kegelapan (zaman jahiliyah) menuju jalan yang terang benderang yang dipenuhi dengan ilmu pengetahuan, juga semoga dilimpahkan kepada seluruh keluarga, para shahabat, tabiin serta para ulama yang telah berjasa dalam melestarikan dan menyebarkan ilmunya hingga sampai ke tangan kita.

Buku yang ada di hadapan Anda ini adalah buah dari hasil proses pembelajaran di dalam kelas pada mata kuliah yang penulis ampu selama beberapa semester di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Kemudian buku ini dijadikan sebagai bahan referensi untuk melengkapi buku-buku lain yang semisal.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tersusunnya buku dasar ini tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan dorongan moril kepada penulis.
2. Pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, sebagai penyelenggara buku dasar.
3. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuannya selama proses penulisan buku dasar berlangsung.

Semoga buku dasar ini bermanfaat dan memberikan kontribusi positif bagi pengembangan pengetahuan. Penulis mengucapkan Jazakumullah Khairon katsiron.

Serang, April 2020

Hj. Ilah Holilah, S.Ag., M.Si.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Pengertian dan Hakikat Komunikasi.....	1
B. Teori Komunikasi.....	13
BAB II TEORI KOMUNIKASI	
ANTARPRIBADI	21
A. Teori Komunikasi Linier.....	24
B. Teori Komunikasi Transaksional.....	26
BAB III TEORI KOMUNIKASI KELOMPOK	
DAN ORGANISASI	31
A. Teori Komunikasi Kelompok.....	31
B. Teori Komunikasi Organisasi.....	68
BAB IV TEORI KOMUNIKASI MASSA	93
A. Teori Kritis.....	105
B. Teori Agenda Setting.....	111
C. Teori Media dan Masyarakat.....	118
BAB V TEORI KOMUNIKASI ANTAR	
BUDAYA	135
A. Hubungan Komunikasi dan Kebudayaan..	142
B. Kebudayaan Sebagai Penyaring.....	158
C. Komunikasi dan Konstruksi Sosial Realita	178

BAB VI TEORI KOMUNIKASI POLITIK.....	203
A. Teori-teori Dasar Komunikasi Politik.....	203
B. Teori Public Relation Politik.....	224
C. Teori Pendekatan Politik	228
DAFTAR PUSTAKA	251

BAB I

TEORI KOMUNIKASI

A. Pengertian dan Hakikat Komunikasi

Menurut sejumlah penelitian, 75% dari seluruh waktu manusia dipakai untuk berkomunikasi. Oleh karena itu, komunikasi masih merasa penting untuk dipelajari. Komunikasi adalah suatu topic yang amat sering diperbincangkan sehingga kata “komunikasi” itu sendiri terlalu banyak memiliki arti yang berlainan. Kesepakatan dalam mendefinisikan istilah komunikasi merupakan langkah awal untuk memperbaiki pemahaman atas fenomena yang rumit ini.¹

Komunikasi didefinisikan secara luas sebagai “berbagai pengalaman”. Sampai batas tertentu, setiap makhluk dapat dikatakan melakukan komunikasi dalam pengertian berbagai pengalaman. Yang membuat komunikasi manusia menjadi unik adalah kemampuannya yang istimewa untuk menciptakan dan menggunakan lambang-lambang, sehingga dengan kemampuan ini manusia dapat berbagi pengalaman secara tidak langsung maupun memahami pengalaman orang lain. Lambang didefinisikan sebagai sesuatu yang digunakan atau dipandang mewakili hal lainnya.

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin yaitu *communis* yang berarti

¹ Stewart L. Tubbs, Sylvia Moss, Penerjemah: Dr. Deddy Mulyana, M.A, *Human Communication (Prinsip-prinsip Dasar)*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung: 2001, cetakan ketiga, hal. 3-5

“sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah *communis* yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip.

Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Akan tetapi definisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagi hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat “kita berbagi pikiran”, “kita mendiskusikan makna”, dan “kita mengirimkan pesan”.²

Komunikasi merupakan gejala yang ada sejak manusia berinteraksi satu sama lain dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dan mengembangkannya, diwarnai dengan berbagai hubungan kekuasaan. Perkembangan fenomena komunikasi dengan demikian tergantung sejauh mana perkembangan sumber komunikasi, yaitu pesan dan informasi (pengetahuan yang ada pada masyarakat), hingga media (teknologi informasi) yang ada. Mulai dari penggunaan daun lontar, menggunakan jasa kurir, burung merpati untuk berkirim surat, hingga penggunaan teknologi yang sudah terbuat dari mesin elektronik dan selular seperti sekarang ini, gejala komunikasi berkembang seiring dengan kemajuan pada ranah teknologi.³

² Deddy Mulyana, M.A., Ph. D., *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung: 2005, cetakan kedelapan, hal. 41-42

³ Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Ar-Ruzz Media, Jogjakarta: 2010, cetakan pertama, hal. 12

Ilmu komunikasi merupakan ilmu yang bersifat interdisipliner dan multidisipliner. Artinya, ilmu komunikasi memanfaatkan ilmu-ilmu lain yang berada di dalam rumpun ilmu-ilmu sosial. Bahkan, terkadang ilmu komunikasi juga memanfaatkan ilmu-ilmu alam atau eksakta yang bersifat terapan, seperti Telekomunikasi atau computer. Beberapa teori atau model komunikasi yang dikembangkan ilmu eksakta, misalnya model komunikasi Shannon-Weaver, seperti dalam bukunya yang berjudul *The Mathematical Theory of Communication* (1949).⁴

Komunikasi Verbal dan Nonverbal

Pada umumnya komunikasi dibagi menjadi dua bagian, yaitu: komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal. Komunikasi nonverbal adalah setiap informasi atau emosi dikomunikasikan tanpa menggunakan kata-kata atau nonlinguistik. Komunikasi ini penting, karena apa yang sering kita lakukan mempunyai makna jauh lebih penting daripada apa yang kita katakan.⁵ Menurut Verdeber et al. (2007), komunikasi nonverbal memiliki lima fungsi, yaitu:⁶

- 1) Melengkapi informasi
- 2) Mengatur interaksi
- 3) Mengekspresikan atau menyembunyikan emosi perasaan

⁴ Ibid, hal. 21

⁵ Prof. Dr. Muhammad Budyatna, M.A., Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si., *Teori Komunikasi Antarpribadi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta: 2011, Cetakan pertama, hal. 110

⁶ Ibid, hal. 115

- 4) Menyajikan sebuah citra
- 5) Memperlihatkan kekuasaan dan kendali

Definisi harfiah komunikasi nonverbal sendiri yaitu komunikasi tanpa kata, merupakan suatu penyedehanaan berlebihan, karena kata yang berbentuk tulisan tetap dianggap verbal. Komunikasi nonverbal benar-benar seluruh proses komunikasinya harus dipandang sebagai suatu keseluruhan yang lebih besar daripada jumlah bagian-bagiannya.⁷

Bila sebuah pesan nonverbal menguatkan pesan verbal, makna yang dihasilkannya cepat dan mudah, dan meningkatkan pemahaman. Kadang-kadang suatu isyarat tunggal seperti gerakan tangan atau tertegun beberapa saat, memberi penekanan khusus kepada satu bagian pesan sehingga kita mampu untuk melihat apa yang paling dipentingkan oleh pembicara.

Isyarat nonverbal biasanya lebih berpengaruh daripada pesan verbal. Umumnya, bila kita sebagai penerima menangkap dua pesan yang tidak sesuai, kita lebih condong mempercayai pesan nonverbal. Alasannya adalah bahwa isyarat nonverbal memberi informasi mengenai tujuan dan respons emosional kita. Alasan lain pesan nonverbal berpengaruh lebih besar adalah kepercayaan umum bahwa gerakan tubuh, ekspresi wajah, kualitas vocal, dan isyarat nonverbal lainnya, tidak dapat dibuat-buat supaya tampak otentik oleh orang yang bukan ahlinya. Isyarat nonverbal penting, tidak hanya untuk menunjukkan arah, tetapi juga untuk melihat apakah isyarat ini jelas bagi orang lain.

⁷ Op. cit, Stewart L. Tubbs, hal. 112-113

Komunikasi nonverbal lebih mengutamakan pesan relasional⁸, selain itu sebagian besar pesan nonverbal tidak jelas, kecuali mungkin beberapa sikap tertentu. Keahlian dalam menafsirkan dan menampakkan isyarat nonverbal terlihat nyata sejak awal kehidupan dan tampaknya menjadi bagian integral perkembangan sosial. Penelitian terbaru mengenai anak-anak menunjukkan bahwa ketidakmampuan menafsirkan isyarat nonverbal teman-teman sebaya dan guru-guru mungkin berkaitan dengan kurangnya kecerdasan dan ketidakpopuleran, demikian juga dengan sifat mudah menyerah maupun masalah emosional lainnya.⁹

Sementara komunikasi verbal merujuk pada komunikasi melalui kata yang diucapkan.¹⁰ Komunikasi verbal tidak semudah yang dibayangkan. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsanagan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa juga dianggap sebagai suatu sistem kode verbal. Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita.¹¹

Untuk menggunakan bahasa yang lebih kuat, ada cara lain yang lebih penting untuk meningkatkan keefektifan

⁸ Pesan-pesan mengenai tingkat perasaan atau emosi dalam komunikasi daripada pikiran-pikiran

⁹ Ibid, hal. 114-116

¹⁰ Op. cit, Stewart L. Tubbs, hal. 112

¹¹ Op. cit, Deddy Mulyana, M.A., Ph. D., hal. 237-238

pesan verbal. Dengan latihan, seseorang dapat menggunakan bahasa untuk mengubah hubungan seseorang dengan orang lain melalui metakomunikasi, yaitu berkomunikasi tentang komunikasi. Konsep ini erat kaitannya dengan tingkat hubungan interaksi manusia. Setiap komentar yang ditujukan kepada cara orang berkomunikasi, merupakan contoh metakomunikasi.¹²

Konteks Komunikasi dan Macamnya

Dari semua pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki, pengetahuan dan keterampilan menyangkut komunikasi termasuk di antara yang paling penting dan berguna. Melalui komunikasi intrapribadi dapat mengenal diri sendiri, berbicara dengan diri sendiri, mengevaluasi diri sendiri, meyakinkan diri sendiri, mempertimbangkan keputusan-keputusan yang akan diambil dan menyiapkan pesan-pesan yang akan disampaikan kepada orang lain.

Melalui komunikasi antarpribadi maka akan berinteraksi dengan orang lain, mengenal mereka dan diri sendiri dan mengungkapkan diri sendiri kepada orang lain. Melalui komunikasi inilah akan dibantu untuk membina, memelihara terkadang merusak dan adakalanya memperbaiki hubungan pribadi.

Komunikasi kelompok kecil dan organisasi pun membuat interaksi dengan orang lain. Melalui komunikasi ini maka akan melatih dalam memecahkan suatu masalah, mengembangkan gagasan baru, dan berbagi pengetahuan

¹² Op. cit, Stewart L. Tubbs, hal. 104-105

serta pengalaman. Kehidupan kerja dan sosial sebagian besar akan dijalani dalam kelompok, dimulai dari wawancara ketika melamar pekerjaan sampai rapat dengan dewan eksekutif, pertemuan minum kopi informal hingga pada pertemuan formal yang membahas permasalahan internasional.

Melalui komunikasi terbuka, membuat seseorang memberikan informasi dan membujuk lawan bicaranya begitupun sebaliknya, serta akan memberikan informasi dan meyakinkan orang lain untuk melakukan sesuatu, membeli, berpikir dengan cara tertentu, dan untuk mengubah sikap, pendapat, atau nilai.

Melalui komunikasi antarbudaya maka akan mengenal budaya-budaya lain serta kehidupan di lingkungan kebiasaan, peran dan aturan-aturan yang berbeda. Akan semakin memahami cara-cara berpikir yang baru dan cara berperilaku yang baru, yang dimulai dengan pengertian bersama.

Komunikasi massa akan menghibur, memberi informasi, dan dibujuk oleh media seperti, bioskop, televisi, radio, koran, dan buku. Melalui kebiasaan membaca dan belanja seseorang maka ia akan mempengaruhi bentuk dan format media.

Definisi komunikasi sendiri ialah mengacu pada tindakan oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (noise), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh

tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik.¹³

Dalam konteksnya, jelas bahwa komunikasi muncul dalam beberapa situasi yang berbeda. Ada enam konteks yang banyak dipakai dalam literatur komunikasi, yaitu:

- a. Komunikasi dua orang
- b. Wawancara
- c. Komunikasi kelompok kecil
- d. Komunikasi publik
- e. Komunikasi organisasional
- f. Komunikasi massa

Meskipun setiap konteks komunikasi memiliki ciri khusus, semuanya memiliki kesamaan yaitu merupakan proses menciptakan makna di antara dua orang atau lebih. Selain itu, keenam konteks komunikasi ini melibatkan komunikasi antarbudaya yang merupakan sebuah variabel lain dalam bahasan.¹⁴

Dimensi Lingkungan Komunikasi

Lingkungan komunikasi memiliki tiga dimensi: fisik, sosial-psikologis, dan temporal. *Lingkungan fisik* adalah lingkungan nyata atau berwujud (tangible), ruang atau bangsa atau taman dimana komunikasi berlangsung. Apapun bentuknya, ia memiliki pengaruh tertentu atas kandungan

¹³ Joseph A. De Vito, *Komunikasi Antar Manusia*, Kuliah Dasar, Professional Books, Jakarta: 1979, Edisi Kelima, hal. 23

¹⁴ Op. cit, Stewart L. Tubbs, hal. 15-16

pesan yang disampaikan dan juga bentuk pesan atau bagaimana penyampaiannya.

Dimensi sosial-psikologis meliputi tata hubungan antar individu, peran dan permainan yang dijalankan, serta aturan budaya masyarakat dimana komunikasi tersebut berlangsung. Lingkungan atau konteks ini juga mencakup rasa persahabatan atau permusuhan, formalitas atau informalitas, situasi serius atau senda-gurau.

Dimensi temporal (waktu) mencakup waktu dalam sehari maupun waktu dalam hitungan sejarah dimana komunikasi berlangsung. Yang lebih penting adalah bagaimana suatu pesan tertentu disesuaikan dengan rangkaian temporal peristiwa komunikasi. Ketiga dimensi lingkungan ini saling berinteraksi; masing-masing mempengaruhi dan dipengaruhi oleh yang lain.¹⁵

Fungsi Komunikasi

Para pakar komunikasi telah mengamati dan mengemukakan fungsi-fungsi komunikasi yang berbeda. Thomas M. Scheidel mengemukakan bahwa komunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar kita, dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan. Namun tujuan dasar berkomunikasi adalah untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologis tiap individu.¹⁶

¹⁵ Ibid, hal. 24-26

¹⁶ Op. cit, Deddy Mulyana, M.A., Ph. D., hal. 4

Menurut William I. Gordon fungsi komunikasi ada empat, yaitu: komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental. Fungsi suatu peristiwa komunikasi tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya meskipun terdapat fungsi yang dominan.¹⁷

Bagi kita sebagai individu, komunikasi adalah jalur yang menghubungkan kita di dunia, sarana untuk menampilkan kesan, mengekspresikan diri, memengaruhi orang lain, dan mengorbankan diri sendiri. Hal ini juga berarti bahwa kita belajar tentang dunia dan orang lain, menjadi siapa kita, dihibur, dibujuk, bergurau, ditipu, atau diberi informasi.

Melalui komunikasilah kita membangun hubungan dengan beragam jenisnya. Bagi teman-teman, kenalan, keluarga, atau kolega di sekolah atau di tempat kerja, komunikasi adalah sarana mencapai kegiatan bersama, menghubungkan satu dengan yang lain, dan alat berbagi ide.

Dalam kelompok, organisasi, dan masyarakat, komunikasi adalah sarana yang dapat mempertemukan kebutuhan dan tujuan kita sendiri dengan kebutuhan dan tujuan pihak lain. Di dalam organisasi yang lebih besar, masyarakat dan komunitas dunia, komunikasi menyediakan jaringan hubungan yang memungkinkan kita untuk

¹⁷ Ibid, hal. 5

melakukan aksi bersama, pembentukan identitas bersama, dan pengembangan kepemimpinan.¹⁸

Etika Komunikasi

Secara sederhana, komunikasi dikatakan efektif apabila seseorang berhasil menyampaikan apa yang dimaksudkannya. Sebenarnya ini hanya salah satu ukuran bagi efektivitas komunikasi. Secara umum, komunikasi dinilai efektif apabila rangsangan yang disampaikan dan dimaksudkan oleh pengirim atau sumber, berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap dan dipahami oleh penerima.

Komunikator dikatakan efektif apabila penerima memperoleh pemahaman yang cermat atas pesan yang disampainya. Terkadang, komunikator menyampaikan pesan tanpa disengaja, yang juga dipahami dengan baik. Karena arti pokok pemahaman adalah penerimaan yang cermat atas kandungan rangsangan seperti yang dimaksudkan oleh pengirim pesan.

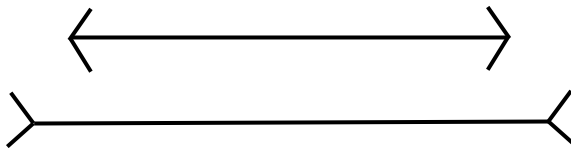
Kegagalan utama dalam berkomunikasi adalah ketidakberhasilan dalam menyampaikan isi pesan secara cermat. Kesimpangsiuran merupakan kegagalan yang khas untuk memperoleh pemahaman. Jenis kesalahpahaman seperti ini biasanya mudah diperbaiki melalui penjernihan umpan balik yang diterima, serta mengulangi pesan semula.

¹⁸ Brent D. Ruben, Lea P. Stewart., *Komunikasi dan Perilaku Manusia (Edisi Kelima)*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta: 2014, cetakan kedua, hal. 17

Semakin banyak jumlah orang yang terlibat dalam konteks komunikasi, semakin sulit pula untuk menentukan seberapa cermat pesan diterima.

Hal yang dapat dijadikan ukuran bagi komunikasi yang efektif adalah pemahaman, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik, dan tindakan.¹⁹

Banyak konflik antarpersona yang disebabkan oleh ketidaktahuan tentang keterbatasan kemampuan perseptual. Kalau saja orang menyadari bahwa penginderaannya dapat salah, tentu tidak terlalu sulit baginya untuk mengakui bahwa persepsi yang dihasilkannya dapat keliru. Seperti gambar berikut ini:



Pada saat dua orang berkomunikasi, masing-masing merumuskan idenya yang kemudian menjadi bahan dalam komunikasi tersebut. Kecermatan penerimaan pesan bergantung pada filter perseptual dan perangkat psikologis yang dimiliki si penerima. Ingatlah, karakteristik psikologis dan fisiologis akan mempengaruhi pemilihan stimuli dan cara stimuli tersebut dipahami.²⁰

¹⁹ Op. cit, Stewart L. Tubbs, hal. 22-23

²⁰ Ibid, hal. 38-39

B. Teori Komunikasi

Kajian teori komunikasi selalu menjadi bidang yang menarik untuk dibahas dan dikaji secara mendalam bagi setiap manusia. Karena kajian teori komunikasi tergolong relatif baru dalam ilmu komunikasi sebagai ilmu pengetahuan, yakni sekitar awal abad ke-20 sejak diperkenalkannya ilmu pers oleh Max Weber, sehingga objek material yang menjadi kajian teori komunikasi dalam ilmu komunikasi tersebut masih terus diteliti dan dikembangkan oleh para ahli. Teori komunikasi dalam ilmu komunikasi merupakan ilmu yang relatif muda usia dilihat dari sisi kemunculannya dibandingkan dengan ilmu-ilmu sosial lainnya, walaupun sebenarnya praktik-praktik teori komunikasi sudah berlangsung sejak zaman Romawi, yakni saat pertama kali terbitnya koran dinding *Acta Diurna* (tindakan-tindakan harian) 2000 tahun yang lalu di Roma.

Hingga saat ini perkembangan teori komunikasi semakin pesat selaras dengan perkembangan peradaban manusia. Teori komunikasi menjadi sebuah kebutuhan terutama untuk mengatasi problematika hubungan antarmanusia dalam kehidupannya. Dengan asal berkomunikasi saja tanpa menggunakan teori komunikasi yang tepat, maka akan sulit memecahkan persoalan dari proses komunikasinya. Karena kompleksitasnya permasalahan hubungan manusia tersebut dengan lingkungannya sebagai akibat dari perubahan tersebut sangatlah tergantung pada bagaimana cara menempatkan

teori komunikasi yang tepat dalam berkomunikasi dengan sesama atau dengan lingkungannya.

Komunikasi merupakan salah satu proses sosial yang sangat mendasar dan vital dalam kehidupan manusia, mendasar karena setiap orang dalam kehidupannya selalu berkeinginan untuk mempertahankan suatu persetujuan mengenai berbagai aturan sosial melalui komunikasi.

Dalam hubungan ini, maka teori komunikasi menjadi sangat penting dan strategis untuk disimak dan dipelajari secara lebih mendalam dan komprehensif khususnya bagi peminat dan pemerhati masalah-masalah komunikasi, baik dari kalangan intelektual maupun masyarakat awam lainnya.²¹

Ilmu komunikasi sebagai bagian dari ilmu sosial pada dasarnya memfokuskan pada pemahaman tentang bagaimana tingkah laku manusia dalam menciptakan, mempertukarkan dan mengintrepetasikan pesan-pesan untuk tujuan tertentu. Adanya pangaruh-pengaruh dominan dari pendekatan-pendekatan dalam ilmu komunikasi telah menimbulkan aliran yang berbeda dalam mengembangkan ilmu komunikasi. Menurut Jhon Fiske dalam bukunya *Introduction to Communications Studies*, terdapat dua aliran utama dalam mengembangkan ilmu komunikasi, yaitu:

1. Aliran komunikasi yang memfokuskan pada proses, atau disebut dengan *the process school*. Aliran ini melihat pentingnya nilai-nilai efektivitas, keakuratan dari suatu

²¹ H. Syaiful Rohim, M.Si., *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam & Aplikasi*, PT. Rineka Cipta, Jakarta: 2009, hal. 25-27

kegiatan komunikasi. Karenanya nilai-nilai standard and objektivitas merupakan suatu keharusan dalam aliran ini.

2. Aliran komunikasi yang memfokuskan pada makna, atau disebut *the semiotic school*. Teori ini memfokuskan bagaimana makna dipertukarkan dan diciptakan (*production and exchange of meaning*).

Kedua aliran tersebut secara metodologis membagi pendekatan keilmuannya menjadi dua pengelompokan, yaitu pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Pendekatan kuantitatif memfokuskan pada bagaimana mengukur pengaruh suatu variabel dengan variabel lainnya, sementara pendekatan kualitatif berusaha untuk memahami dan mengerti bagaimana suatu fenomena dimaknai.²²

Teori Komunikasi Interaktif dan Kritis

Berbeda dengan banyak teori perilaku dan kognitif yang mengkaji kehidupan sosial manusia, teori-teori yang akan dibahas ini berhubungan dengan terjadinya/berlangsungnya pengalaman manusia. Meskipun teori interpretif dan kritis terbagi dalam asumsi-sumsi mengenai tindakan manusia, keduanya berbeda dalam beberapa aspek penting. Teori interpretif ditunjukkan untuk memahami pengalaman hidup manusia, atau untuk menginterpretasikan makna-makna teks. Teori kritis berkaitan dengan cara-cara di mana kondisi manusia mengalami kendala dan berusaha menciptakan berbagai metode untuk memperbaiki kehidupan manusia.

²² Ibid, hal. 31-32

Teori interpretif muncul dalam berbagai bentuk. Sering kali ilmuwan sosial tertarik untuk memahami cara-cara di mana para anggota suatu budaya atau kelompok sosial tersebut berharap untuk dapat menerjemahkan makna-makna local ke dalam pengertian yang dapat dipahami oleh masyarakat yang lebih luas. Banyak teori interpretif yang memusatkan perhatiannya pada pesan atau teks.

Hermeneutika sebenarnya menunjuk pada interpretasi tekstual dan masih banyak yang menggunakannya untuk kepentingan tersebut, namun bagi banyak orang hermeneutika telah menjadi hamper sama dengan interpretasi itu sendiri. Fenomenologi adalah studi mengenai pengetahuan yang muncul dalam pengalaman yang diperoleh secara sadar. Dewasa ini, fenomenologi dan hermeneutika sangat berkaitan erat.²³

Fenomenologi adalah studi mengenai bagaimana manusia mengalami kehidupannya di dunia ini. Studi ini melihat objek dan peristiwa dari perspektif orang yang mengalami. Pendekatan ini merupakan suatu langkah maju terhadap aliran yang menganggap bahwa suatu realitas terlepas dari kesadaran atau persepsi manusia.²⁴

Hermeneutika adalah studi mengenai pemahaman (*the study of understanding*), terutama dengan menginterpretasikan tindakan dan teks. Terdapat beberapa cabang hermeneutika, termasuk interpretasi kitab injil

²³ Drs. Daryanto, Dr. Muljo Rahardjo, S.T., M.Pd, *Teori Komunikasi*, Penerbit Gava Media, Yogyakarta: 2016, cetakan pertama, hal. 289-290

²⁴ Ibid, hal. 290

(*exegesis*), interpretasi teks literatur kuno (*philology*), interpretasi melalui perkembangan dan penggunaan tata bahasa (*technical hermeneutics*), interpretasi terhadap tindakan personal dan sosial manusia (*social hermeneutics*), studi mengenai proses pemahaman itu sendiri (*philosophical hermeneutics*), dan pengungkapan makna-makna yang tersimpan/tersembunyi dalam setiap sistem symbol (misalnya analisis terhadap mimpi).²⁵

Secara khusus, pendekatan kritis bertujuan untuk menginterpretasikan dan karenanya memahami bagaimana kelompok sosial dikekang dan ditindas. Kebanyakan teori-teori kritis yang mengajarkan bahwa pengetahuan adalah kekuatan untuk memahami bagaimana seseorang ditindas sehingga orang dapat mengambil tindakan untuk mengubah kekuatan penindas.

Ilmu sosial kritis pada dasarnya memiliki implikasi ekonomi dan politik, tetapi banyak di antaranya yang berkaitan dengan komunikasi dan tatanan komunikasi dalam masyarakat. Meskipun demikian, teoretisi kritis biasanya enggan untuk memisahkan komunikasi dan elemen-elemen lainnya dari keseluruhan sistem. Jadi, suatu teori kritis mengenai komunikasi perlu melibatkan kritik mengenai masyarakat secara keseluruhan.

Teori komunikasi kritis berhubungan dengan berbagai topic yang relevan, termasuk bahasa, struktur organisasi, hubungan interpersonal, dan media. Ada dua teori kritis yang

²⁵ Ibid, hal. 291

cukup berpengaruh, yaitu kritik *Frankfurt School*; dan pragmatis universal dan transformasi masyarakat.²⁶

Frankfurt School telah mengembangkan suatu kritik sosial umum, di mana komunikasi menjadi titik sentral dalam prinsip-prinsipnya, dan sistem komunikasi massa merupakan focus yang sangat penting di dalamnya. Nama yang biasanya diberikan pada aliran pemikiran ini adalah Teori Kritis.

Dewasa ini, teori kritis semakin berkembang, meskipun menjadi semakin menyebar dan semakin metateoritik; tidak semua yang ada pada teori kritis adalah Marxis, meskipun Marx memberikan pengaruh pada aliran pemikiran ini. Teori kritis menganggap tugas mereka adalah mengungkap kekuatan-kekuatan penindas dalam masyarakat melalui analisis dialektika. Analisis semacam ini juga merupakan suatu bentuk tindakan atau dalam istilah teori kritis adalah praxis, karena meruntuhkan kemampuan menuju seperangkat kontradiksi dan distorsi.

Teori kritis memberikan perhatian yang sangat besar pada alat-alat komunikasi dalam masyarakat. Komunikasi merupakan suatu hasil dari tekanan (*tension*) antara kreativitas individu dalam memberi kerangka pada pesan dan kendala-kendala sosial terhadap kreativitas tersebut.²⁷

Juergen Habermas, yang merupakan juru bicara bagi *Frankfurt School* menganggap bahwa kebebasan berbicara penting bagi terwujudnya komunikasi yang produktif dan tingkat 'discourse' yang lebih tinggi. Walaupun tidak

²⁶ Ibid, hal. 311-312

²⁷ Ibid, hal. 312-313

mungkin untuk dicapai, Habermas menjelaskan situasi ujaran yang ideal yang harus dijadikan model.

Kritik terpenting yang ditujukan pada pendekatan kritis terhadap teori komunikasi datang dari pendekatan interpretif. Seperti yang telah disebutkan, debat antara ilmu sosial kritis dan interpretif telah menghasilkan saling berkeberatan di antara kedua belah pihak.²⁸

²⁸ Ibid, hal. 317-318

BAB II

TEORI KOMUNIKASI ANTARPRIBADI

Komunikasi terbagi menjadi dua, komunikasi antarpribadi dan komunikasi non-antarpribadi. Menurut Malcom R. Parks bahwa komunikasi antarpribadi merupakan bentuk komunikasi yang terutama diatur oleh norma relasional atau *relational norm*. Komunikasi antarpribadi biasanya terjadi dalam kelompok yang sangat kecil. Ini tidak berarti bahwa bahwa bentuk komunikasi tersebut tidak dapat terjadi dalam kelompok yang lebih besar. Namun demikian, norma hubungan dikembangkan dan dipelihara hanya pada hubungan yang dekat dan akrab.¹

Sedangkan menurut Kathleen S. Verderber et al. (2007), komunikasi antarpribadi merupakan proses melalui mana orang menciptakan dan mengelola hubungan mereka, melaksanakan tanggung jawab secara timbal balik dalam menciptakan makna. Ia juga menjelaskan bahwa komunikasi antarpribadi adalah:

- 1) Sebagai proses
- 2) Bergantung kepada makna yang diciptakan oleh pihak yang terlibat
- 3) Melalui komunikasi kita menciptakan dan mengelola hubungan kita. Tanpa komunikasi hubungan tidak akan terjadi.²

¹ Prof. Dr. Muhammad Budyatna, M.A., Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si., *Teori Komunikasi Antarpribadi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta: 2011, Cetakan pertama, hal. 14

² Ibid, hal. 14-15

Richard L. Weaver II (1993) tidak memberikan definisi komunikasi antarpribadi melainkan menyebutkan karakteristik-karakteristik komunikasi tersebut. Menurutnya, terdapat delapan karakteristik dalam komunikasi antarpribadi, yaitu:³

- a. Melibatkan paling sedikit dua orang
- b. Adanya umpan balik atau *feedback*
- c. Tidak harus tatap muka
- d. Tidak harus bertujuan
- e. Menghasilkan beberapa pengaruh atau *effect*
- f. Tidak harus melibatkan atau menggunakan kata-kata
- g. Dipengaruhi oleh konteks. Konteks tersebut meliputi:
 - Jasmaniah
 - Sosial
 - Historis
 - Psikologis
 - Keadaan kultural yang mengelilingi peristiwa komunikasi
- h. Dipengaruhi oleh kegaduhan atau *noise*. Kegaduhan ini dapat bersifat eksternal, internal atau semantik⁴.

Menurut Deddy Mulyana, komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi

³ Ibid, hal. 15

⁴ Kegaduhan semantic adalah gangguan yang ditimbulkan oleh lambing-lambang tertentu yang menjauhkan perhatian kita dari pesan yang utama.

orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal.⁵

Menurut definisinya, fungsi adalah sebagai tujuan di mana komunikasi digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Fungsi utama komunikasi ialah mengendalikan lingkungan guna memperoleh imbalan-imbalan tertentu berupa fisik, ekonomi, dan sosial. Sebagaimana telah dikemukakan bahwa komunikasi insani atau *human communication* baik yang non-antarpribadi maupun yang antarpribadi semuanya mengenai pengendalian lingkungan guna mendapatkan imbalan seperti dalam bentuk fisik, ekonomi, dan sosial. Sedangkan yang dimaksud imbalan ialah setiap akibat berupa perolehan fisik, ekonomi, dan sosial yang dinilai positif.⁶

Jadi, komunikasi antarpribadi adalah berkomunikasi dengan seseorang secara informal dan tidak berstruktur. Pada kenyataannya, proses komunikasi antarpribadi dipengaruhi oleh faktor-faktor personal ataupun kelompok. Faktor-faktor personal yang memengaruhi komunikasi antarpribadi, antara lain adalah faktor kognitif seperti konsep diri, persepsi, sikap, orientasi diri, dan harga diri.

Dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, hubungan antarpribadi berperan penting dalam membentuk kehidupan masyarakat, terutama ketika hubungan antarpribadi itu mampu memberikan dorongan kepada orang tertentu yang berhubungan dengan perasaan, pemahaman informasi, dukungan dan berbagai bentuk komunikasi yang

⁵ Loc. Cit, H. Syaiful Rohim, M.Si., hal. 18

⁶ Op. cit, Prof. Dr. Muhammad Budyatna, M.A., hal. 27

memengaruhi citra diri orang serta membantu orang untuk memahami harapan orang lain. Akan tetapi, individu yang memengaruhi proses komunikasi tidak lepas dari pengaruh kelompoknya, baik primer maupun sekunder, termasuk pengaruh media massa terhadapnya.

Walaupun komunikasi ini tidak terlepas dari pengaruh kelompok, konsep komunikasi ini hanya melihat konten dari komunikasi yang dibangun oleh individu masing-masing. Hal ini berbeda dengan komunikasi kelompok yang kontennya dipengaruhi oleh motivasi bersama dalam kelompok.⁷

A. Teori Komunikasi Linier

Komunikasi sebagai tindakan satu arah (linier), yaitu proses dimana pesan diibaratkan mengalir dari sumber dengan melalui beberapa komponen menuju kepada komunikan. Definisi ini sesuai dengan pendapat Everett M. Rogers yang mengatakan bahwa “*Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka*”. Komunikasi linier ini selalu dikaitkan dengan komunikasi model Lasswell yaitu dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan *who says what ini which channel to whom with what effect* atau siapa berkata apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa.

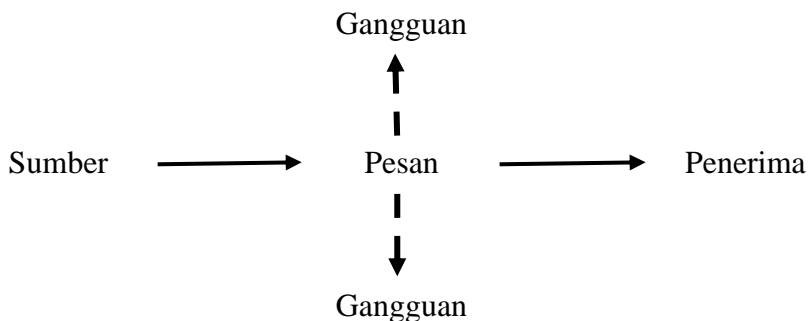
Pemahaman komunikasi sebagai proses satu arah ini oleh Michael Burgoon disebut sebagai “definisi berorientasi-

⁷ Dr. H. Syukriadi Sambas, M.Si., *Sosiologi Komunikasi*, CV. Pustaka Setia, Bandung: 2015, Cetakan pertama, hal. 137-138

sumber” (*source-oriented definition*). Pemahaman tersebut menegaskan bahwa komunikasi adalah proses yang disengaja untuk menyampaikan rangsangan untuk mendapatkan respons dari orang lain. Dalam konteks ini, komunikasi dilakukan dengan sengaja oleh seseorang untuk menyampaikan pesan kepada orang lain demi memenuhi kebutuhannya, seperti membujuk atau menjelaskan sesuatu. Dengan demikian, pemahaman komunikasi sebagai proses satu arah tersebut mengabaikan komunikasi yang tidak disengaja atau tidak direncanakan, seperti mimik muka, nada suara, gerakan tubuh, dan sebagainya yang dilakukan secara spontan. Jadi, komunikasi sebagai proses satu arah memfokuskan pada penyampaian pesan secara efektif dan menjelaskan bahwa kegiatan komunikasi bersifat persuasif.⁸

Claude Shannon, seorang ilmuwan Bell Laboratories yang juga Profesor di Massachusetts Institute of Technology dan Warren Weaver, seorang konsultan pada sebuah proyek di Sloan Foundation, mendeskripsikan komunikasi sebagai proses yang linier atau searah. Pendekatan ini terdiri atas beberapa elemen kunci: sumber (*source*), pesan (*message*), dan penerima (*receiver*). Adapun konseptualisasi dari model komunikasi linier ini (*Linear Communication Model*) sebagai berikut:

Model Komunikasi Linier



Dari gambar tersebut dapat dilihat bagaimana proses komunikasi terjadi antara pengirim dan penerima pesan menerima pesan melalui saluran atau *channel* yang merupakan jalan untuk berkomunikasi. Saluran biasanya berhubungan langsung dengan panca indra baik penglihatan, pendengaran, penciuman, dan yang lainnya. Dalam model komunikasi ini juga dijelaskan mengenai gangguan (*noise*). Ada empat jenis gangguan, yang *pertama* gangguan semantic yang berhubungan jargon atau bahasa-bahasa spesialisasi yang digunakan secara perseorangan dan kelompok, misalnya istilah-istilah dalam dunia kedokteran. *Kedua*, gangguan fisik/eksternal, adalah gangguan yang berada di luar penerima atau pengaruh dari tubuh dalam penerimaan pesan. *Ketiga*, gangguan psikologis merujuk pada prasangka, bias dan kecenderungan yang dimiliki oleh komunikator terhadap satu sama lain atau terhadap pesan itu sendiri. *Empat*, gangguan fisiologis, adalah gangguan yang bersifat biologis terhadap proses komunikasi. Gangguan semacam ini akan muncul apabila anda sebagai pembicara sedang sakit, lelah, atau lapar.⁹

B. Teori Komunikasi Transaksional

Komunikasi adalah transaksi. Dengan *transaksi* yang dimaksud bahwa komunikasi merupakan suatu proses, bahwa komponen-komponennya saling terkait, dan para komunikatornya beraksi dan bereaksi sebagai suatu kesatuan atau keseluruhan. Komunikasi merupakan suatu proses, suatu

⁹ Ibid, hal. 14-15

kegiatan. Meskipun komunikasi seakan-akan merupakan suatu yang statis, diam yang pada hakikatnya komunikasi tidak pernah seperti itu. Segala hal dalam komunikasi selalu berubah baik itu dari personal, lawan bicara dan lingkungan.¹⁰

Dalam setiap proses transaksi, setiap elemen berkaitan secara integral dengan setiap elemen yang lain. Elemen-elemen komunikasi saling bergantung, tidak pernah independen karena masing-masing komponen dalam kaitannya dengan komponen yang lain. Contoh seperti tidak mungkin ada sumber tanpa penerima, tidak akan ada pesan tanpa sumber dan tidak akan ada umpan balik tanpa adanya penerima. Karena saling bergantung maka perubahan pada sebarang elemen proses mengakibatkan perubahan pada elemen-elemen yang lain. Apapun perubahan yang pertama, perubahan-perubahan lain akan menyusul sebagai akibatnya.¹¹

Setiap orang yang terlibat dalam komunikasi beraksi dan bereaksi sebagai satu kesatuan yang utuh. Akibat terpenting dari karakteristik ini adalah bahwa aksi dan reaksi seseorang dalam komunikasi ditentukan bukan hanya oleh apa yang dikatakan, melainkan juga oleh cara seseorang menafsirkan apa yang dikatakan. Jadi, terkadang dua orang

¹⁰ Joseph A. De Vito, *Komunikasi Antar Manusia*, Kuliah Dasar, Professional Books, Jakarta: 1979, Edisi Kelima, hal. 47

¹¹ *Ibid*, hal. 47-48

yang mendengarkan sebuah pesan seringkali menerimanya dengan arti yang sangat berbeda, meskipun kata-kata dan simbol yang digunakan sama, setiap orang menafsirkannya dengan cara yang berbeda.¹²

Dalam komunikasi ini, ada dua komunikasi yang harus diketahui, yaitu komunikasi tak terhindarkan dan komunikasi bersifat tak reversible.

1. Komunikasi Tak Terhindarkan

Mungkin ada yang beranggapan bahwa komunikasi berlangsung secara sengaja, bertujuan dan termotivasi secara sadar. Dalam banyak hal ini memang demikian, tetapi seringpula komunikasi terjadi meskipun seseorang tidak merasa berkomunikasi atau tidak ingin berkomunikasi. Tidaklah berarti bahwa semua perilaku merupakan komunikasi, sebagai contoh seperti murid yang sedang belajar dalam kelas tetapi ia melihat ke luar jendela, sedangkan gurunya juga tidak melihatnya, maka komunikasi tidak terjadi.

Bila seseorang dalam situasi interaksi, maka ia tidak bisa untuk tidak menanggapi pesan dari orang lain. Misalnya jika ada orang lain yang melirik kepada seseorang, maka seseorang tersebut pasti akan bereaksi dengan cara tertentu, seandainya pun tidak bereaksi secara aktif atau secara

¹² Ibid. hal. 48

terbuka, ketiadaan reaksi inipun merupakan reaksi dan itu berkomunikasi. Karena apabila seseorang tersebut tidak menyadari lirikan orang lain tersebut, maka barulah komunikasi tidak terjadi.¹³

2. Komunikasi Bersifat Tak Reversibel

Proses reversible adalah proses dimana seseorang dapat membalikkan arah proses beberapa sistem tertentu. Sementara sistem lain yang bersifat tak reversible (*irreversible*) adalah proses yang hanya bisa berjalan dalam satu arah, tidak bisa dibalik. Contoh seperti buah anggur dan sari anggur, buah anggur dapat diproses menjadi sari anggur tetapi tidak bisa mengembalikan sari anggur menjadi buah anggur.

Komunikasi termasuk pada proses ini, sekiranya seseorang mengomunikasikan sesuatu maka tidak bisa mengomunikasikannya kembali. Tentu mungkin dapat berusaha mengurangi dampak dari pesan yang sudah terlanjur disampaikan, seperti mengatakan “Saya sedang marah ketika itu, tidak bermaksud mengatakan seperti itu.” Tetapi apapun pesan yang telah dikirimkan maka tidak akan bisa dikembalikan, ibarat nasi yang sudah menjadi bubur.

Prinsip ini mempunyai beberapa implikasi penting komunikasi dalam segala bentuknya. Contoh seperti dalam

¹³ Ibid, hal. 48

interaksi antarpribadi, khususnya dalam situasi konflik, perlu kehati-hatian untuk tidak mengucapkan sesuatu yang mungkin nantinya akan kita tarik kembali. Jika tidak, seseorang mungkin terpaksa mengikatkan diri pada suatu posisi yang mungkin nantinya akan disesali. Dalam komunikasi publik atau massa dimana pesan-pesan didengar oleh ratusan, ribuan bahkan jutaan orang yang sangatlah penting untuk disadari bahwa komunikasi bersifat tak reversible.¹⁴

¹⁴ Ibid, hal. 49

BAB III

TEORI KOMUNIKASI KELOMPOK DAN ORGANISASI

A. Teori Komunikasi Kelompok

Kelompok merupakan bagian yang tidak dapat dilepaskan dari aktivitas kita sehari-hari. Kelompok baik yang bersifat primer maupun sekunder, merupakan wahana bagi setiap orang untuk dapat mewujudkan harapan dan keinginannya berbagi semua informasi dalam hampir semua aspek kehidupan. Ia bisa merupakan media untuk mengungkapkan persoalan-persoalan pribadi (keluarga sebagai kelompok primer), ia dapat merupakan sarana meningkatkan pengetahuan para anggotanya (kelompok belajar) dan bisa pula merupakan alat untuk memecahkan persoalan bersama yang dihadapi seluruh anggota (kelompok pemecah masalah).

Komunikasi kelompok adalah proses komunikasi yang berlangsung antara 3 orang atau lebih secara tatap muka di mana anggota-anggotanya saling berinteraksi satu sama lain. Tidak ada jumlah batasan anggota yang pasti, 2-3 orang atau 20-30 orang, tetapi tidak lebih dari 50 orang. Komunikasi kelompok dengan sendirinya melibatkan pula komunikasi antarpribadi. Selain itu, komunikasi kelompok cenderung spontan dan belum adanya bagian atau tugas dari masing-masing anggota yang terstruktur jelas. Jadi, dalam

komunikasi ini setiap orang bisa memegang peranan apa saja.¹

Setiap orang menghabiskan banyak waktu di dalam berbagai jenis kelompok. Sebagai anggota keluarga, kelompok sebaya, klub, kelompok kerja atau tim, kelompok agama, dan kelompok-kelompok sosial lain, secara selektif setiap orang terpapar oleh dunia yang ada di sekitarnya. Seperti halnya hubungan, kelompok diciptakan dan dipelihara oleh orang yang terlibat dalam pengolahan pesan timbal balik. Seperti yang dilihat, proses komunikasi membuat kelompok bekerja. Komunikasi juga sangat penting agar setiap aspek kelompok berfungsi.²

Orang bergabung ke dalam kelompok untuk mengejar kebutuhan individu dalam konteks sosial. Kelompok membantu individu dalam memenuhi sejumlah tujuan, termasuk bergaul dan bersahabat, memperoleh dukungan untuk perubahan atau pengembangan diri, pertumbuhan rohaniah, dan keuntungan ekonomi.

Sejumlah faktor yang memengaruhi keputusan individu untuk bergabung ke dalam kelompok di antaranya adalah:³

1. Daya tarik anggota kelompok, termasuk fisik, sosial, dan daya tarik tugas
2. Daya Tarik kegiatan dan tujuan kelompok

¹ Loc. Cit, H. Syaiful Rohim, M.Si., hal. 87

² Loc. Cit, Brent D. Ruben., Lea P. Stewart., hal. 297

³ Ibid, hal. 299

3. Daya Tarik manfaat menjadi anggota kelompok tertentu, seperti pribadi, sosial, simbolik, pekerjaan, atau keuntungan ekonomi.

Pada bagian ini akan mengupas tentang komunikasi kelompok dalam berbagai konteks. Dimulai dengan melihat pada apa itu kelompok kecil dan pada beberapa jenis kelompok dimana kita secara regular ikut berpartisipasi. Pada unit berikutnya akan dibahas peran anggota dan pimpinan dalam situasi kelompok kecil. Tujuan pokok dari dua unit ini adalah untuk meningkatkan efektivitas kita sendiri di dalam situasi situasi kelompok, baik sebagai anggota maupun sebagai pimpinan.

Beberapa dari komunikasi yang secara pribadi paling penting dan memuaskan terjadi di dalam kelompok kecil. Pertama-tama akan melihat sifat dasar kelompok kecil dan mengidentifikasi karakteristiknya. Sifat dasar dan karakteristik ini kemudian kita pakai sebagai dasar untuk mempelajari empat jenis pokok kelompok kecil dan prosedur yang diikuti para peserta kelompok. Lalu yang terakhir akan mempelajari empat format kelompok kecil yang paling populer.

1. Kelompok Kecil

Kelompok kecil adalah sekumpulan perorangan yang relative kecil yang masing-masing dihubungkan oleh beberapa tujuan yang sama dan mempunyai derajat organisasi tertentu di antara mereka. Setiap karakteristik ini perlu diuraikan lebih lanjut.

Pertama, kelompok kecil adalah sekumpulan perorangan, jumlahnya cukup kecil sehingga semua anggota bisa berkomunikasi dengan mudah sebagai pengirim maupun penerima. Definisi ini merupakan aspek penting dalam kelompok kecil. Pada umumnya, suatu kelompok kecil terdiri dari kira-kira 5-12 orang. Yang penting untuk diingat adalah bahwa setiap anggota harus bisa berfungsi sebagai sumber maupun penerima dengan relative mudah. Jika kelompok menjadi lebih besar maka hal ini akan semakin sulit dipenuhi.

Kedua, para anggota kelompok dihubungkan satu sama lain dengan beberapa cara. Orang-orang di dalam gedung bioskop bukan merupakan kelompok, karena di antara mereka tidak ada hubungan satu sama lain. Di dalam kelompok kecil, perilaku seorang anggota menjadi nyata bagi semua anggota lainnya.

Ketiga, di antara kelompok harus ada beberapa tujuan yang sama. Hal ini tidak berarti bahwa semua anggota harus mempunyai tujuan yang persis sama untuk menjadi anggota kelompok. Tetapi pada umumnya harus ada alasan yang serupa bagi perorangan itu untuk berinteraksi.

Keempat, para anggota kelompok harus dihubungkan oleh beberapa aturan dan struktur yang terorganisasi. Pada saat strukturnya ketat, maka kelompok akan berfungsi menurut prosedur tertentu dimana setiap komentar harus mengikuti aturan yang tertulis. Pada saat yang lain, strukturnya sangat longgar seperti pada suatu pertemuan sosial. Bagaimana pun juga, keduanya terdapat organisasi dan struktur: Dua orang tidak akan berbicara pada saat yang

sama, komentar atau pertanyaan satu anggota akan dilayani oleh anggota lain dan tidak akan diabaikan, dan sebagainya.

a) Beberapa Norma Kelompok Kecil

Pada umumnya kelompok mengembangkan norma, atau peraturan mengenai perilaku yang diinginkan. Terkadang peraturan ini dinyatakan secara eksplisit, seperti misalnya dalam kontrak atau kebijakan perusahaan: Semua anggota harus menghadiri semua rapat departemen. Terkadang pula peraturannya hanya bersifat implisit, seperti: Para anggota harus rapi. Terlepas dari peraturan yang dinyatakan secara eksplisit atau implisit, peraturan itu merupakan kekuatan yang mengatur perilaku para anggotanya.

Norma atau peraturan ini berlaku bagi anggota perorangan maupun kelompok secara keseluruhan, dan tentunya akan berbeda dari satu kelompok dengan kelompok lainnya. Sebagai contoh, suatu norma dalam keluarga bisa saja menyebutkan bahwa masalah keuangan tidak akan pernah dibicarakan di luar keluarga dekat. Sebuah norma di suatu akademi mungkin menyebutkan para anggotanya harus berpakaian seperti ketika mereka mengajar sehari-harinya, tetapi ketika harus menghadiri rapat dengan pimpinan akademi mereka diharapkan berpakaian yang lebih formal.

Norma-norma yang mengatur perilaku para anggota disebut dengan *harapan peran*, seperti: Orang baru di dalam suatu organisasi diharapkan memainkan peran sebagai sekretaris; Maria yang tahu banyak mengenai fotografi

diharapkan memainkan peran sebagai photographer dalam acara-acara yang diselenggarakan organisasi; Joni yang keluarganya memiliki pabrik roti, diharapkan menyediakan kopi dan makanan kecil dalam acara pertemuan kelompok.

Beberapa norma mengatur perilaku kelompok secara keseluruhan, seperti: Semua anggota keluarga harus berkontribusi membantu anggota keluarga yang mengalami kesulitan; suatu kelompok akan menyelesaikan pekerjaannya dengan secepat mungkin.

Menurut Napier dan Gershenfeld (1987), para anggota kelompok akan menerima norma tersebut apabila:

- Anggota menginginkan keanggotaan yang continue dalam kelompok
- Pentingnya keanggotaan kelompok seseorang semakin tinggi
- Kelompok bersifat kohesif, dan para anggota berhubungan erat, terikat satu sama lain, dan saling tergantung satu sama lain serta kelompok memenuhi kebutuhan mereka
- Pelanggaran norma dihukum dengan reaksi yang negatif atau dikucilkan dari kelompok.⁴

b) Format Kelompok Kecil

Kelompok kecil melaksanakan kegiatannya dengan berbagai format. Format yang paling populer adalah panel atau meja bundar, seminar, simposium, dan simposium-forum.

⁴ Ibid, hal. 303-304

Dalam format panel atau meja bundar, anggota kelompok mengatur diri mereka sendiri dalam pola melingkar atau semi-melingkar. Mereka berbagi informasi atau memecahkan permasalahan tanpa pengaturan siapa dan kapan mereka berbicara. Anggota akan memberikan kontribusinya jika mereka sendiri merasakan layak untuk itu.

Dalam seminar, anggota kelompok adalah para pakar dan berpartisipasi dalam format panel atau meja bundar. Perbedaannya adalah dalam seminar terdapat peserta yang anggotanya diminta untuk berkontribusi. Mereka ini bisa diminta untuk mengajukan pertanyaan atau memberikan beberapa umpan balik. Modifikasi lain dari seminar adalah format seminar dua-panel, yang terdiri dari panel pakar dan panel awam. Panel awam mendiskusikan topik, tetapi jika mereka memerlukan informasi teknis, tambahan data atau, pengarahan, mereka akan meminta bantuan kepada anggota panel pakar untuk memberikan informasi yang diperlukan.

Dalam simposium, setiap anggota menyajikan presentasi yang telah disiapkan, seperti halnya pidato di depan umum. Semua pembicaraan menilik dari aspek yang berbeda mengenai satu topik. Dalam simposium, pemimpin akan memperkenalkan para pembicara, mengatur alur dari satu pembicara ke pembicara lain, dan bisa juga menyampaikan ringkasannya secara berkala.

Sementara simposium-forum dibagi menjadi dua bagian: Simposium dengan pembicara yang sudah disiapkan dan Forum yang mempersilahkan para hadirin untuk mengajukan pertanyaan dan dijawab oleh pembicara.

Pimpinan akan memperkenalkan para pembicara dan menjadi moderator dalam acara tanya-jawab.⁵

2. Kelompok Pemecahan Masalah

Kelompok pemecahan masalah adalah sekumpulan individu yang bertemu untuk memecahkan suatu masalah tertentu atau untuk mencapai suatu keputusan mengenai beberapa masalah tertentu. Dalam beberapa hal, cara ini merupakan cara yang paling efektif bagi kelompok untuk ikut berpartisipasi, karena yang diperlukan bukan hanya pengetahuan mengenai teknik-teknik berkomunikasi kelompok kecil itu, tetapi pengetahuan yang menyeluruh mengenai masalah tersebut. Di samping itu, kelompok pemecahan masalah biasanya memerlukan kesetiaan mematuhi serangkaian peraturan prosedural yang kaku. Kita akan mengupas kelompok semacam ini terlebih dahulu dari segi pendekatan pemecahan masalah yang klasik dan masih populer, yaitu tahap-tahap yang diperlukan dalam menyelesaikan suatu masalah. Setelah itu kita akan membahas dua pendekatan populer dalam organisasi sekarang ini: kelompok nominal dan metoda Delphi.

Sebelum membahas kelompok nominal dan metoda Delphi, tentu harus mengetahui terlebih dahulu apa maksud dari pendekatan pemecahan masalah. Pendekatan pemecahan masalah yang meminjam formulasi tahap-tahap dalam refleksi berpikir seorang filsuf John Dewey diidentifikasi ada enam tahap. Enam tahap tersebut adalah definisi dan analisis

⁵ Ibid, hal. 312

masalah, menyusun kriteria untuk mengevaluasi pemecahan, identifikasi pemecahan yang mungkin, evaluasi pemecahan, memilih pemecahan terbaik, dan pengujian pemecahan yang dipilih. Tahap-tahap ini dirancang agar pemecahan masalah lebih efisien dan efektif.

Pertama, definisi dan analisis masalah. Dalam praktek sehari-hari, seringkali suatu masalah sudah dapat diidentifikasi dengan jelas. Sebagai contoh, sekelompok perancang kemasan mungkin mendiskusikan mengenai bagaimana bentuk kemasan untuk produk sabun yang baru. Di lain pihak, ada juga masalah yang sifatnya samar, dan kelompok masih merasa perlu untuk mendefinisikan masalah itu secara lebih jelas. Jadi, masalah yang bersifat umum misalnya bisa jadi menimbulkan kesulitan dalam komunikasinya. Karena masalah yang samar dan sifatnya umum sulit untuk dipecahkan dalam diskusi pemecahan masalah, maka kelompok harus merumuskan masalah itu secara spesifik terlebih dahulu. Sehingga untuk tujuan diskusi, barangkali kelompok akan merumuskan masalahnya seperti, “Bagaimana caranya kita meningkatkan mutu koran kampus?” dan lain sebagainya.

Pada umumnya, suatu masalah akan lebih baik didefinisikan sebagai pertanyaan yang terbuka daripada dalam bentuk pertanyaan yang terkesan seperti memerintah, atau bahkan berbentuk pertanyaan ya/tidak. Suatu pertanyaan terbuka memungkinkan terjadinya kebebasan eksplorasi yang lebih besar dan tidak membatasi bagaimana kelompok melakukan pendekatan atas pemecahan suatu masalah.

Masalahnya pun juga harus dibatasi lingkungannya agar supaya bidang pembahasannya masih dapat dikendalikan. Pertanyaannya seperti, “Bagaimana kita dapat memperbaiki universitas?” masih terlalu luas dan umum. Tetapi, akan lebih efektif apabila masalahnya dibatasi dan diarahkan pada salah satu bagian di universitas sehingga kelompok dapat lebih memusatkan focus pembahasannya.

Dalam merumuskan masalah, kelompok harus menganalisis masalah itu dan mengidentifikasi dimensi permasalahannya. Walaupun tidak terdapat pertanyaan standar untuk menguraikan suatu masalah beberapa pertanyaan yang dianggap cocok untuk menjabarkan suatu masalah, pada umumnya adalah:

- Waktu

Sudah berapa lama masalah tersebut terjadi? Apakah masalah tersebut akan tetap terjadi di masa yang akan datang?

- Sebab

Apakah sebab utama dari masalah tersebut? Bagaimana kita dapat memastikan bahwa itu merupakan dampak dari masalah tersebut?

- Akibat

Apa saja akibat dari masalah tersebut? Seberapa besar dampak dari masalah tersebut? Apakah dampak tersebut cukup serius? Apakah hal ini dapat menimbulkan terjadinya masalah yang lain?

Kedua, menyusun kriteria untuk mengevaluasi pemecahan. Sebelum setiap alternatif pemecahan diajukan, kita perlu memutuskan terlebih dahulu bagaimana cara mengevaluasi alternatif pemecahan tersebut. Pada tahap ini, yang dilakukan adalah mengidentifikasi standar atau kriteria yang akan digunakan dalam mengevaluasi beberapa pemecahan atau dalam memilih satu pemecahan dibanding dengan yang lainnya.

Pada umumnya, terdapat dua jenis kriteria yang harus dipertimbangkan. *Pertama*, adalah kriteria praktik. Sebagai contoh, barangkali ada seseorang yang memutuskan bahwa pemecahannya tidak boleh menambah anggaran, atau bahwa pemecahannya harus menghasilkan pemasangan iklan yang lebih banyak, dan lain sebagainya. *Kedua*, adalah kriteria nilai. Kriteria ini sulit diidentifikasi. Yang termasuk dalam kriteria ini contohnya adalah bahwa koran kampus harus memberikan pengalaman belajar bagi mereka yang menggarapnya atau bahwa koran itu harus mencerminkan sikap dewan kehormatan, para staf pengajar dan para mahasiswa. Setelah beberapa pemecahan dikembangkan, kembali pada kriteria ini untuk memastikan bahwa pemecahan yang baru ini memenuhi kriteria yang telah dirumuskan.

Ketiga, identifikasi pemecahan yang mungkin. Pada tahap ini perlu dikembangkan cara pemecahan atau solusi sebanyak mungkin. Pusatkan lebih pada kuantitas daripada kualitas. Proses sumbang saran merupakan cara praktis pada tahap ini untuk mengembangkan alternatif pemecahan.

Keempat, evaluasi pemecahan. Setelah semua pemecahan diajukan, para anggota kelompok kembali dan mengevaluasi pemecahan masalahnya. Sebagai contoh, seberapa jauh pengaturan kembali warung-warung makan di kampus memenuhi kriteria untuk mengevaluasi pemecahan? Apakah tindakan itu akan meningkatkan pendapatan iklan?

Setiap alternatif pemecahan harus dicocokkan dengan kriteria yang telah disusun untuk mengevaluasi pemecahan.

Kelima, memilih pemecahan terbaik. Pada tahap ini cara pemecahan terbaik akan dipilih dan dilaksanakan. Jadi, sebagai contoh sekumpulan orang berasumsi bahwa peninjauan kembali publikasi fakultas dan mata kuliah baru merupakan alternatif terbaik yang memenuhi kriteria yang ada. Maka kelompok akan melaksanakan kedua hal ini pada penerbitan koran kampus berikutnya.

Keenam, pengujian pemecahan yang dipilih. Setelah cara pemecahan terbaik dilaksanakan, maka selanjutnya melakukan pengujian terhadap efektivitas keputusan itu. Sebagai contoh, dilihat bagaimana pendapat para mahasiswa dan berapa lembar koran yang diberi oleh mereka. Jika pemecahannya ternyata kurang efektif, kelompok kembali lagi pada tahap sebelumnya dan mengulang sebagian dari proses pemecahannya. Seringkali yang dilakukan adalah mencoba beralih pada memilih cara pemecahan lain yang sudah tersedia. Tetapi bisa saja kelompok terpaksa kembali pada proses yang lebih awal, seperti melakukan analisis ulang mengenai masalahnya, atau merumuskan kembali kriterianya.

a) Kelompok Nominal

Kelompok nominal dapat diuraikan dengan cara mengikuti prosedurnya ketika berhadapan dengan masalah spesifik. Misalnya saja masalah yang dihadapi adalah apakah departemen komunikasi perlu dibentuk di ABC, Inc. dengan tahap: Pertama, setiap anggota kelompok nominal menulis keuntungan dan kerugian dari departemen komunikasi. Kedua, seorang pimpinan mengumpulkan hasilnya dan mencatat di papan shingga semua anggota dapat menyaksikannya. Ketiga, para anggota mempelajari daftar dan menyusun urutan setiap keuntungan dan kerugian tersebut dari segi penting tidaknya. Daftar urutan tersebut kemudian dibuatkan tabulasinya.

Pada tahap ini, kita memiliki gabungan daftar urutan tentang keuntungan dan kerugian pembentukan suatu departemen. Salah satu kelemahan dari pendekatan ini adalah bahwa para anggota tidak memperoleh manfaat dari stimulasi para anggota lainnya. Sedangkan salah satu keuntungannya adalah bahwa sifat keterburukannya dan kepercayaannya lebih besar dengan hambatan yang paling minimum, karena daftarnya dibuat secara pribadi. Karena kritik dan evaluasi ditunda, maka semua segi dari permasalahannya dapat segera diidentifikasi.

b) Metoda Delphi

Dalam metoda Delphi, yang mula-mula dikembangkan oleh Randy Corporation.⁶ Tidak seperti

⁶ Randy Corporation adalah sekelompok pakar dibentuk tetapi di antara mereka tidak terjadi interaksi (Tersine & Riggs, 1980)

kelompok nominal yang anggotanya duduk bersama mengelilingi meja, para anggota kelompok Delphi bisa berada dimana-mana, tersebar di seluruh dunia. Sebuah kuesioner Delphi dibagikan kepada semua anggota, meminta mereka untuk memberikan respons mengenai yang mereka rasakan, misalnya saja mengenai masalah komunikasi yang dihadapi perusahaan dalam kurun waktu 25 tahun mendatang. Para anggota membuat catatan mengenai prediksi mereka dan kuesioner tersebut dikirim kembali tanpa nama.

Semua respons ditabulasikan, dicatat, dan didistribusikan kembali kepada para pakar dan kemudian mereka membuat revisi atas prediksi mereka disesuaikan dengan daftar gabungan tersebut. Kemudian mereka menyerahkan revisi prediksi tersebut. Hasilnya kemudian ditabulasikan lagi, dicatat dan dikembalikan. Prosesnya berlanjut hingga responnya tidak banyak berubah. Daftar yang terakhir mencerminkan prediksi atau perkiraan dari kelompok pakar tersebut.

Dengan pendekatan semacam ini, konflik perorangan dapat dihilangkan. Perbedaan status yang mungkin menghambat keterburukan dan kejujuran dalam memberikan respons juga dapat dihilangkan. Meskipun cara ini memerlukan waktu yang relatif lama untuk menyusun kuesioner dan untuk menyusun tabulasi atau respons yang diberikan, prosesnya menggunakan waktu para pakar yang sangat minimum. Jarak secara fisik dalam hal ini tidak menjadi masalah, kantor pos atau mesin fax yang akan menyelesaikannya.

c) **Metoda Pembuatan Keputusan**

Kelompok mungkin saja menggunakan metoda pembuatan keputusan yang berbeda-beda. Contohnya seperti dalam menentukan kriteria yang akan digunakan atau alternatif pemecahan yang diambil. Pada umumnya, kelompok akan menggunakan salah satu dari ketiga metoda tersebut:

- **Wewenang:**

Para anggota menyuarakan perasaan dan pendapat mereka, tetapi pimpinan, bos, atau direksi membuat keputusan akhir.

- **Aturan Mayoritas:**

Kelompok menyetujui untuk mematuhi keputusan mayoritas dan mengizinkan adanya pemungutan suara untuk mencari penyelesaian suatu masalah.

- **Konsensus:**

Kelompok hanya akan sampai pada suatu keputusan jika semua anggota kelompok menyetujuinya.

3. Kelompok Pengembangan Ide

Sumbang saran merupakan teknik untuk menyelesaikan suatu masalah dengan cara memunculkan gagasan sebanyak mungkin. Dalam sistem ini, prosesnya terdiri dari dua tahap: pertama adalah periode sumbang saran, kedua adalah periode evaluasi.

Prosedurnya cukup sederhana. Suatu masalah dipilih yang memungkinkan dapat dilakukan pengembangan sebanyak mungkin gagasan. Para anggota kelompok

diberitahu mengenai masalahnya sebelum acara sumbang saran dimulai, sehingga mereka dapat memikirkan masalah tersebut sebelumnya. Ketika kelompok bertemu, setiap anggota berkontribusi memberikan gagasan sebanyak yang ia pikirkan. Semua gagasan dicatat, bisa ditulis atau direkam. Selama proses pengembangan ide, harus dipatuhi empat aturan umum berikut:

- Kritik negatif tidak diperbolehkan
- Kuantitas lebih penting
- Kombinasi dan penambahan diperkenankan
- Kebebasan diperkenankan

Jika semua anggota sudah menumpahkan semua gagasannya dan tidak bisa lagi menambahkan kontribusinya, maka sesi sumbang saran itu dihentikan. Pada saat ini, moderator boleh mengemukakan beberapa komentar kepada para anggota sebagai berikut:

- Mari kita menambahkan sedikit lagi gagasan sebelum kita menutup acara kita yang pertama
- Apakah kita masih dapat mengembangkan gagasan atau saran lain
- Saudara-saudara, inilah berbagai gagasan yang kita miliki selama ini. Jika kita membaca daftar gagasan tersebut, mungkin ada beberapa gagasan tambahan yang muncul di benak kita.

Setelah semua gagasan dimunculkan, maka keseluruhan gagasan tersebut mulai dievaluasi. Beberapa gagasan yang kurang sesuai dengan tujuan dipisahkan dahulu, sedangkan gagasan yang sekiranya bisa dilaksanakan

akan dievaluasi lebih lanjut. Pada tahap ini kritik yang bersifat negatif mulai diperkenankan.⁷

4. Kelompok Pengembangan Pribadi

Kelompok pengembangan pribadi berusaha membantu para anggotanya untuk menyelesaikan masalah tertentu, seperti kecanduan alkohol, mempunyai orang tua peminum, mantan narapidana, mempunyai anak yang aktif berlebihan, atau mempunyai pasangan yang bergaul-bebas. Kelompok pengembangan pribadi yang lain bersifat lebih terapis dan dirancang untuk mengubah aspek kepribadian atau perilaku secara mendasar.

Kelompok pengembangan pribadi sangat banyak jumlah dan ragamnya, sehingga untuk membuat katalog mengenai hal ini boleh dikatakan tidak mungkin. Akan tetapi, beberapa yang populer dapat diidentifikasi disini dan kita akan melihat bagaimana prosedur dan penggunaannya. Kelompok pertama adalah kelompok tatap muka yang berusaha mencoba memperlancar pengembangan pribadi dan mengembangkan kemampuan untuk berhadapan dengan orang lain secara efektif. Salah satu asumsi dari kelompok ini adalah bahwa para anggota akan lebih efektif secara psikologis dan sosial jika mereka mengetahui menyukai diri mereka sendiri lebih baik. Sebagai akibatnya, suasana dalam kelompok tatap-muka bersifat penerimaan dan dukungan. Kebebasan untuk mengemukakan pikiran seseorang, rasa takut dan keragu-raguan ditekan.

⁷ Ibid, hal. 308-309

Kedua, kelompok pelatihan asertif yang bertujuan untuk meningkatkan kemauan para anggotanya untuk berdiri tegak atas hak-hak mereka dan berperilaku lebih asertif dalam situasi yang lebih luas.

Ketiga, kelompok peningkatan-kesadaran yang dirancang untuk membantu orang menghadapi masalah di kehidupan social. Semua anggota kelompok peningkatan-kesadaran memiliki satu karakteristik yang sama. Berdasarkan kesamaan inilah para anggota kelompok itu bergabung bersama dan saling membantu satu sama lain. Dalam kelompok peningkatan-kesadaran, asumsi yang ada bahwa orang yang memiliki kesamaan akan lebih bisa saling membantu satu sama lain mengenai pengembangan kepribadiannya kesamaan akan lebih bisa saling membantu satu sama lain mengenai pengembangan kepribadiannya. Secara struktural, kelompok pengembangan-kesadaran tidak mempunyai pemimpin. Semua anggota mempunyai derajat kontrol yang sama terhadap kelompok dan memiliki pengetahuan yang sama.

Ada beberapa kelompok peningkatan kesadaran melakukan kegiatannya. Di satu kelompok, prosedurnya dibuat kaku dan dipaksakan. Kelompok peningkatan kesadaran yang lain melakukan kegiatannya secara lebih fleksibel.

➤ **Pemilihan Topik**

Suatu topik dipilih oleh mayoritas suara para anggota. Topik ini bisa disiapkan dari daftar yang sudah disiapkan

atau disarankan oleh seorang anggota kelompok. Tanpa memandang topik apa yang dipilih, topik itu selalu didiskusikan dari sisi topik yang lebih luas sehingga membawa para anggotanya pada kebersamaan, contohnya emansipasi wanita.

➤ **Kontribusi dan Umpan balik Anggota**

Setelah topiknya dipilih, seorang anggota memulai sebagai pembicara pertama melalui prosedur acak. Anggota tersebut akan berbicara selama 10 menit mengenai perasaannya, pengalamannya, dan pemikirannya. Fokus selalu pada dirinya sendiri.

5. Kelompok Pendidik atau Belajar

Tujuan dari kelompok pendidikan atau belajar ini adalah untuk memperoleh informasi baru atau keterampilan baru melalui pertukaran pengetahuan. Dalam kebanyakan situasi kelompok kecil, semua anggota memiliki sesuatu untuk diajarkan dan sesuatu untuk dipelajari. Para anggota mengumpulkan semua pengetahuan mereka dan mereka semua akan memperoleh manfaatnya.

Para anggota mungkin akan mengikuti beberapa pola diskusi. Sebagai contoh, sebuah topik historis mungkin akan dikembangkan secara kronologis, dengan diskusi yang berkembang dari masa lalu hingga sekarang ini dan barangkali dilanjutkan dengan prediksi di masa yang akan datang. Masalah mengenai perkembangan psikologi, seperti kemampuan bahasa seorang anak atau kematangan fisik bisa

juga didiskusikan secara kronologis. Beberapa topik mungkin lebih didiskusikan secara geografis. Pola lain yang cocok akan disesuaikan dengan sifat dasartopiknya sendiri dan kebutuhan diskusi barangkali dapat dikembangkan mengikuti pola sebab dan akibat, permasalahan dan solusi, atau struktur dan fungsi.

Pola yang paling populer adalah pola topik. Kelompok mungkin akan mendiskusikan fungsi dari profesi hukum melalui pembahasan setiap fungsi pokok. Struktur suatu organisasi bisa dibahas melalui beberapa divisi utamanya. Setiap topik ini dapat disusun sistematis pembahasannya, katakanlah urutan fungsi profesi hukum dapat disesuaikan dengan prioritasnya atau kompleksitasnya, dan urutan pembahasan struktur pokok dalam organisasi disusun sesuai dengan perannya dalam pembuatan keputusan.

Pola semacam ini pada dasarnya sama dengan yang telah kita bahas mengenai struktur ceramah umum. Pola itu sebenarnya mengikuti pola pengorganisasian semua jenis komunikasi. Pola semacam itu harus disusun agar supaya perkembangan diskusi lebih produktif dan setiap topik utama memperoleh alokasi waktu yang cukup.⁸

Pada berbagai tahapan di dalam perkembangan kelompok, konflik tidak bisa dihindari. Konflik tersebut bisa berkaitan dengan ketidaksetujuan terhadap tujuan kelompok, peran atau tanggung jawab anggota, pengambilan keputusan, alokasi sumber daya, dinamika kelompok, hubungan antara individu tertentu, atau faktor-faktor lainnya.

⁸ Ibid, hal. 311-312

Konflik tidak secara inheren sebagai masalah. Pada kenyataannya, ketika mengalami konflik sebagai suatu yang tidak menyenangkan, kita tahu bahwa tanpa konflik, kualitas, kebhinekaan, pertumbuhan, dan keunggulan boleh jadi menurun bagi individu, hubungan atau kelompok. Karena itu tidak perlu ada tujuan untuk memusnahkan konflik, melainkan tujuannya mengerti konflik lebih baik dalam segala situasi, agar bisa mengidentifikasi asal muasal konflik, agar dapat menentukan potensinya untuk membentuk kontribusi yang positif, dan agar mampu memecahkan atau mengelolanya secara produktif.

Sejumlah pendekatan telah berkembang untuk menganalisis dan memecahkan konflik di dalam kelompok. Satu pendekatan yang menarik untuk mengklasifikasi konflik berdasarkan dua dimensi, yaitu:

- Ketegasan. Perilaku ditujukan untuk memenuhi kepentingan diri sendiri
- Kesiediaan bekerja sama. Perilaku dimaksudkan untuk memenuhi keprihatinan orang lain

Apabila dikombinasikan, dua dimensi ini menghasilkan lima gaya yang berbeda dari konflik, adalah sebagai berikut:⁹

- 1) Gaya Kompetitif. Yaitu tinggi dalam ketegasan, rendah dalam kerja sama. Contoh: pesaing tangguh yang menginginkan untuk mengalahkan orang lain

⁹ Op. cit, Brent D. Ruben., Lea P. Stewart., hal. 316-317

- 2) Gaya Akomodatif. Yaitu rendah dalam ketegasan, tinggi dalam kerja sama. Contoh: pengikut yang santai, tidak menuntut, dan mendukung
- 3) Gaya Menghindar. Yaitu rendah dalam ketegasan, rendah dalam kerja sama. Contoh: orang *low-profil*, acuh tak acuh, terisolasi dari kelompok
- 4) Gaya Kolaboratif. Yaitu tinggi dalam ketegasan, tinggi dalam kerja sama. Contoh: aktif, integrative pemecahan masalah
- 5) Gaya Kompromis. Yaitu moderat dalam ketegasan, moderat dalam kerja sama. Contoh: pendekatan yang bersifat “menyerahkan satu hal dan mempertahankan hal lain”

Teori-teori dalam Komunikasi Kelompok

1. Teori Keseimbangan (*Balance Theory*): Heider

Teori ini dirumuskan oleh Fritz Heider dalam bukunya *The Psychology of Interpersonal Relations*. Teori tersebut diuraikan kembali oleh Goldberg dan Larson. Ruang lingkup teori keseimbangan dari Heider ialah mengenai hubungan-hubungan antarpribadi. Teori ini berusaha menerangkan bagaimana individu-individu sebagai bagian dari struktur sosial, misalnya sebagai suatu kelompok cenderung untuk menjalin hubungan satu sama lain. Tentunya salah satu cara bagaimana suatu kelompok dapat berhubungan, ialah dengan menjalin komunikasi secara terbuka.

Teori Haider memusatkan perhatiannya pada hubungan intra-pribadi yang berfungsi sebagai daya Tarik. Dalam hal ini daya Tarik menurut Heider adalah semua keadaan kognitif yang berhubungan dengan perasaan suka dan tidak suka terhadap individu-individu dan objek-objek lain. Dengan demikian, teori Heider berkepentingan secara khusus dengan apa yang diartikan sebagai komunikasi intra-pribadi yaitu sangat menaruh perhatian pada keadaan-keadaan intra-pribadi tertentu yang mungkin mempengaruhi pola-pola hubungan dalam suatu kelompok.

Teori keseimbangan ini menggunakan simbol “L” untuk menandakan hubungan “skala”, dapat berarti pula beragam perasaan positif yang dimiliki seorang anggota terhadap orang lain atau terhadap suatu objek tertentu, seperti perasaan suka pada orang lain, sependapat dengan anggota lain menyetujui suatu tindakan, dan lain sebagainya. Sedangkan simbol “L₋” menyatakan perasaan-perasaan negatif seperti rasa benci, tidak suka atau tidak setuju. Simbol “U” berarti hubungan pembentukan unit (*unit-forming relationship*) dan merupakan persamaan arti dari “berkaitan dengan”, “kepunyaan”, “memiliki”, serta ungkapan lain yang hamper serupa. Kebalikan dari simbol ini adalah “U₋”.

Tiga simbol lain yang sangat penting dalam sistem Heider yaitu simbol “p” yang menunjukkan orang (*persons*), “o” yang berarti orang lain atau kelompok lain, dan “X” yang berarti objek (benda). Berikut adalah beberapa keadaan yang seimbang dan tidak seimbang:¹⁰

¹⁰ Op. cit, H. Syaiful Rohim, M.Si., hal. 87-88

Keadaan	Simbol-simbol	Arti
Seimbang:	pLo, oLp	p suka o, o suka p
	pL-o, PU-o	p tidak suka o, dan p bukan anggota kelompok
Tidak Seimbang:	pLo, pL-p	p suka o, tapi o tidak suka p
	pLo, oLX, pL-X	P suka o, o suka X, tapi p tidak suka X

2. Sistem A-B-X dari Newcomb

Sistem A-B-X dari Newcomb memperluas teori hubungan intrapribadi dari Heider sampai pada interaksi yang terjadi antara anggota dari kelompok yang hanya terdiri dari 2 orang anggota. model dari Newcomb melibatkan 3 unsur, yaitu A dan B, yang mewakili 2 orang individu yang berinteraksi dan X sebagai objek pembicaraan (komunikasi). menurut Newcomb, tingkah laku komunikasi terbuka antara A dan B dapat diterangkan melalui kebutuhan mereka untuk mencapai keseimbangan atau keadaan simetris antara satu sama lain dan juga terhadap X. komunikasi terjadi karena A harus berorientasi pada B, pada X dan orientasi B pada X. untuk mencari keadaan yang simetris, A berusaha untuk melengkapi dirinya dengan informasi tentang orientasi B terhadap X dan ini dapat dilakukan melalui interaksi.

Oleh karena itu, keseimbangan atau keadaan simetris perlu dicari, A mungkin terdorong untuk mempengaruhi atau mengubah orientasi B terhadap X, jika A menemukan keadaan yang tidak seimbang di antara mereka. B dengan sendirinya juga akan mempunyai dorongan yang sama

terhadap orientasi A. Besarnya pengaruh yang akan ditanamkan oleh A dan B terhadap satu sama lain, serta kemungkinan usaha masing-masing dalam meningkatkan pada saat daya Tarik (“L” dari Heider menunjukkan “daya tarik”), dan insensitas sikap terhadap X meningkat.¹¹

3. Teori Proses Perbandingan Sosial: Festinger

Dalam teorinya, Festinger membedakan antara kenyataan fisik dengan kenyataan sosial. Apabila pendapat, sikap, dan keyakinan kita dapat diukur secara fisik, berarti kita berhubungan dengan kenyataan fisik, sehingga tidak perlu lagi berkomunikasi. Akan tetapi bila pendapat, sikap atau keyakinan kita tidak didasarkan pada kejadian yang mudah diukur, dan kalau dapat ditemukan bukti-bukti yang mendukung atau mungkin membantah pendapat serta sikap keyakinan tersebut, maka kita tidak berhubungan dengan keadaan sosial, dan ini dapat diukur secara baik dengan cara berkomunikasi dengan orang lain yang dianggap penting bagi kita. Jadi, komunikasi kelompok kerap timbul karena adanya kebutuhan-kebutuhan individu untuk membandingkan pendapat, sikap, keyakinan dan kemampuan mereka sendiri dengan orang lain.

Menurut pendapat Festinger, dorongan yang kita rasakan untuk berkomunikasi tentang suatu kejadian dengan anggota lain dalam kelompok akan meningkat bila kita menyadari bahwa kita tidak setuju dengan suatu kejadian, apabila kejadian itu makin menjadi penting dan apabila sifat

¹¹ Ibid, hal. 87-88

keterikatan kelompok juga meningkat. Penjelasan tentang teori perbandingan sosial dari Festinger di atas disadur dari Goldberg dan Larson.¹²

4. Teori Pertukaran Sosial: Kelly dan Thibaut

Dalam buku mereka yang berjudul *The Sosial Psychologi of Groups*, Thibaut dan Kelley memusatkan perhatian terutama pada kelompok yang terdiri dari 2 orang anggota atau lebih. Mereka merasa yakin bahwa usaha memahami tingkah laku yang kompleks dari kelompok-kelompok besar mungkin dapat diperoleh dengan cara menggali pola hubungan 2 orang. Meskipun penjelasan mereka tentang pola tingkah laku 2 orang bukan sekedar suatu pembahasan tentang proses komunikasi dalam kelompok dua anggota, beberapa rumusan mereka mempunyai relevansi langsung dengan studi tentang komunikasi kelompok.

Model Thibaut dan Kelly mendukung asumsi-asumsi yang dibuat oleh Homans dalam teorinya tentang proses pertukaran sosial, di mana interaksi manusia mencakup pertukaran sosial dan mencakup pertukaran barang dan jasa, dan tanggapan yang muncul dari individu lainnya berkaitan dengan imbalan (*reward*) dan pengeluaran (*costs*). Apabila imbalan tidak cukup, atau bila pengeluaran melebihi imbalan, interaksi akan terhenti atau individu-individu yang terlibat di dalamnya akan mengubah tingkah laku mereka dengan tujuan mencapai apa yang mereka cari. Imbalan dan pengeluaran

¹² Ibid, 89-90

menentukan interaksi di antara individu-individu. Interaksi akan tetap terpelihara apabila imbalan tidak di bawah kepuasan mereka.¹³

5. Teori Sosiometris: Moreno

Sosiometris dapat diartikan sebagai pendekatan teoretis dan metodologis terhadap kelompok-kelompok yang diciptakan mula-mula oleh Moreno dan kemudian dikembangkan oleh Jennings dan oleh yang lain-lain. Pada dasarnya berhubungan dengan “daya Tarik” (*attraction*) dan “penolakan” (*repulsions*) yang dirasakan oleh individu-individu terhadap satu sama lain dan implikasi perasaan-perasaan ini bagi pembentukan dan struktur kelompok. Suatu analisis terhadap suatu uji coba memberikan gambaran tentang berbagai konfigurasi sosial atau struktur yang telah dikembangkan oleh anggota kelompok.

Meskipun sosiometris tidak langsung berkepentingan dengan komunikasi, struktur sosiometris dari suatu kelompok tidak bisa disangkal berhubungan dengan beberapa hal yang terjadi dalam komunikasi kelompok. Tampaknya cukup masuk akal untuk menganggap bahwa individu-individu yang merasa tertarik satu sama lain dan yang saling menempatkan diri pada peringkat yang tinggi, akan lebih suka berkomunikasi sedemikian rupa sehingga membedakan mereka dari berkomunikasi dengan anggota-anggota kelompok yang saling membenci. Bagaimanapun juga, hubungan yang khusus yang terdapat antara komunikasi

¹³ Ibid, hal. 90

kelompok dan struktur sosiometris kelompok masih perlu ditentukan.¹⁴

6. Sistem Internal dan Eksternal: Homans

Menurut Homans, ada 3 unsur dalam suatu kelompok kecil, yaitu kegiatan, interaksi, dan perasaan, yang terdiri dari tindakan-tindakan anggota kelompok yang berhubungan dengan tugas kelompok. Dalam melakukan tindakan-tindakan tersebut mereka terlibat dalam suatu interaksi, yaitu mereka memperlihatkan saling ketergantungan dan saling melengkapi dalam bertindak. Meskipun definisi Homans tentang elemen ini tidak hanya mencakup aspek komunikasi, tetapi sebagian besar interaksi tersebut melibatkan komunikasi antarpribadi. Elemen ketiga dari tingkah laku sosial dalam kelompok kecil adalah perasaan. Perasaan di sini tidak sama dengan konsep Heider tentang suka dan tidak suka yang terdiri dari perasaan-perasaan negatif dan positif yang dirasakan anggota kelompok terhadap anggota lain.

Apabila ketiga elemen tersebut terarah pada tugas-tugas formal kelompok maka ketiga-tiganya akan membentuk apa yang disebut Homans sebagai *sistem formal*. Secara teoritis, sistem informal (*internal*) tumbuh dari sistem formal (*eksternal*), tetapi kedua-duanya berlangsung secara bersamaan dalam kelompok.

Dua elemen utama dalam teori Homans menaruh perhatian paling tidak pada sebagian komunikasi kelompok. Teori Homans telah menyajikan kepada peneliti komunikasi

¹⁴ Ibid, hal. 90-91

kelompok, hipotesis-hipotesis yang dapat diuji dan yang berkaitan dengan hal-hal seperti pengaruh interaksi terhadap perasaan serta telah mendukung lebih lanjut perbedaan antara tugas komunikasi (sistem eksternal) dengan proses komunikasi.¹⁵

7. Analisis Proses Interaksi: Bales

Bales telah memberikan sumbangan dalam karier kesarjanaannya bagi perkembangan sistem kategori Analisis Proses Interaksi (API) untuk menganalisis interaksi terbuka antar-anggota kelompok. Sistem kategori API dari Bales secara teliti akan diuraikan berikut ini.

Analisis proses interaksi dari Bales adalah sistem keseimbangan (*equilibrium*). Semua unsur-unsur berada dalam keadaan seimbang. Terdapat jumlah yang sama kategori tugas dan kategori sosio-emosi dan unsur negatifnya. Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa kelompok yang terlibat dalam kegiatan komunikasi yang berkaitan dengan tugas selama satu tahapan siding, cenderung mempertahankan keseimbangan mereka. Hal ini dilakukan dengan meluangkan waktu yang lebih lama pada kegiatan sosio-emosional dalam tahapan siding berikut, begitu pula sebaliknya.

Keistimewaan dalam pendekatan ini, sebagai kebalikan sistem teori dan metode secara keseluruhan atau sebagian yang menangani unsur-unsur dari proses komunikasi kelompok selain juga dari proses komunikasi

¹⁵ Ibid, hal. 91-92

kelompok selain juga pesan-pesan terbuka merupakan suatu masalah yang harus dipecahkan.

Bales berteori bahwa pembagian kerja, perbedaan peranan, dan perbedaan wewenang yang ada jika suatu kelompok berorientasi pada tugas menciptakan banyak kesulitan antarpribadi yang dapat mempengaruhi solidaritas kelompok. Kesulitan-kesulitan ini menimbulkan tekanan untuk memuaskan kebutuhan antarpribadi para anggota kelompok. Bales pada khususnya penting bagi ahli komunikasi kelompok, karena dia sering diminta tolong untuk membantu kelompok-kelompok yang menderita akibat ketegangan mental yang diciptakan oleh tekanan-tekanan kontradiktif yang ada kaitan dengan tugas dan kebutuhan antarpribadi.¹⁶

8. Teori Kepribadian Kelompok (*Group Syntality Theory*)

Teori kepribadian kelompok merupakan studi mengenai kelompok pada basis dimensi kelompok dan dinamika kepribadian. Dimensi kelompok merujuk pada ciri-ciri populasi atau karakteristik individu seperti umur, kecendekiawan (*intelligensi*); sementara ciri-ciri kepribadian atau suatu efek yang memungkinkan kelompok bertindak sebagai satu keseluruhan, merujuk pada peran-peran spesifik, klik, dan porsi status. Dinamika kepribadian diukur oleh apa yang disebut dengan *synergy*, yaitu tingkat atau derajat energy dari setiap individu yang dibawa dalam kelompok

¹⁶ Ibid, hal. 92-93

untuk digunakan dalam melaksanakan tujuan-tujuan kelompok. Banyak dari *synergy* atau energi kelompok harus dicurahkan ke arah pemeliharaan keselarasan dan keterpaduan kelompok.

Konsep kunci dari *group syntality theory* ini adalah *synergy*. *Synergy* kelompok adalah jumlah input energy dari anggota kelompok. Meskipun demikian, tidak semua energi yang dimasukkan ke dalam kelompok akan langsung mendukung pencapaian tujuannya. Karena tuntutan antarpribadi, sejumlah energy harus dihabiskan untuk memelihara hubungan dan kendala antarpribadi yang muncul.

Selain sinergi kelompok, kita mengenal pula *effective synergy*, yaitu energi kelompok yang tersisa setelah dikurangi energi intrinsik atau energi pemeliharaan kelompok. Energi intrinsik, dapat menjadi produk, sejauh energi tersebut dapat membawa ke arah keterpaduan kelompok, namun energi intrinsik tidak dapat memberikan kontribusi langsung untuk penyelesaian tugas.

Sinergi suatu kelompok dihasilkan dari sikap anggotanya terhadap kelompok. Sampai batas di mana para anggota memiliki sikap yang berbeda terhadap kelompok dan kegiatannya, maka yang muncul kemudian adalah konflik, sehingga akan meningkatkan proporsi energi yang dibutuhkan untuk memelihara atau mempertahankan kelangsungan kelompok. Jadi, jika individu-individu semakin memiliki kesamaan sikap, maka akan semakin berkurang pula kebutuhan akan energi intrinsik, sehingga *effective synergy* menjadi semakin besar.

Contoh sederhana dalam penerapan teori ini adalah seperti dalam suatu kegiatan pembentukan kelompok belajar. Di situ ditemukan bahwa tiap individu memiliki sikap yang berbeda-beda terhadap materi pelajaran dan metode belajarnya. Pada situasi yang demikian, setiap individu dihadapkan pada suasana perdebatan untuk mengatasi munculnya perbedaan sikap tersebut, sehingga banyak waktu dan energi yang dihabiskan untuk menyelesaikan persoalan antarpribadi dari anggota kelompok. Inilah yang disebut energi intrinsik. Kemudian setelah nilai ujian diumumkan dan para anggota merasa bahwa kelompok belajarnya telah gagal untuk mencapai tujuan yang diharapkan, maka ada satu atau lebih anggota menarik energinya keluar dari kelompok untuk mengikuti kelompok lain atau belajar sendiri. Dalam hal ini, efektif sinergi dari kelompok tersebut sangat rendah, sehingga tidak dapat mencapai lebih dari apa yang dapat dilakukan secara individual.¹⁷

9. Teori Percakapan Kelompok

Teori percakapan kelompok ini sangat berkaitan dengan produktivitas kelompok atau upaya-upaya untuk mencapainya melalui pemeriksaan masukan dari anggota (*member input*), variabel-variabel yang perantara (*mediating variable*), dan keluaran dari kelompok (*group output*). Masukan dari anggota kelompok dapat diidentifikasikan sebagai perilaku, interaksi, dan harapan-harapan (*expectation*) yang bersifat individu. Sedangkan variabel-variabel perantara

¹⁷ Ibid, hal. 93-95

merujuk pada struktur formal dan struktur peran dari kelompok seperti status, atau norma, dan tujuan-tujuan kelompok. Dan yang dimaksud dengan keluaran atau *output* kelompok adalah pencapaian atau prestasi dari tugas atau tujuan kelompok.

Produktivitas dari suatu kelompok dapat dijelaskan melalui konsekuensi perilaku, interaksi dan harapan-harapan (*input variable*) mengarah pada struktur formal dan struktur peran (*mediating variables*) yang sebaliknya variabel ini mengarah dari produktivitas, semangat dan keterpaduan (*group achievement*).¹⁸

10. Kelompok Primer dan Sekunder: Charles Horton Cooley

Dalam kaitannya dengan komunikasi kelompok, Charles Horton Cooley membedakan antara kelompok primer dan kelompok sekunder. Kedua bentuk kelompok tersebut memiliki perbedaan model dan pola komunikasi yang berlangsung di dalamnya. Secara jelas dan detail, Jalaluddin Rakhmat mengolaborasi perbedaan pola dan sifat komunikasi yang berlangsung dalam kedua kelompok tersebut sebagai berikut:

Pertama, kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat dalam dan meluas, dalam arti menembus kepribadian kita yang paling tersembunyi, menyingkap unsur-unsur *backstage*. Sedangkan meluas artinya sedikit sekali kendala yang menentukan rintangan dan cara berkomunikasi.

¹⁸ Ibid, hal. 95

Sedangkan pada kelompok sekunder, komunikasi bersifat dangkal (hanya menyentuh bagian luar dari kepribadian kita) dan terbatas (hanya berkenaan dengan hal-hal tertentu saja).

Kedua, komunikasi pada kelompok primer bersifat personal. Dalam komunikasi primer, yang penting adalah *siapa dia*, bukan *apakah dia*. Sedangkan pada kelompok sekunder, hubungan bersifat impersonal, dan dapat dipindahkan. Misal, kita dapat memindahkan hubungan kita dengan dekan lama kepada dekan baru.

Ketiga, pada kelompok primer komunikasi lebih menekankan pada aspek hubungan daripada aspek isi. Komunikasi dilakukan untuk memelihara hubungan baik, dan isi komunikasi bukan sesuatu yang amat penting. Sedangkan pada kelompok sekunder berlaku sebaliknya, yang dipentingkan adalah pada aspek isinya, bukan pada aspek hubungan.

Keempat, pesan yang disampaikan dalam komunikasi kelompok primer lebih bersifat ekspresif, sedangkan pada kelompok sekunder hanya bersifat instrumental.

Kelima, komunikasi yang berlangsung (tulisan maupun lisan) dalam kelompok primer bersifat informal. Sedangkan dalam kelompok sekunder, komunikasi berlangsung secara formal.¹⁹

11. Teori Pemikiran Kelompok (*Groupthink Theory*)

Cikal bakal teori ini adalah ketika Irving L. Janis membuat suatu karya ilmiah yang termuat dalam bukunya

¹⁹ Ibid, hal. 95-96

“*Victims of Groupthink: A Psychological Study of Foreign Decision and Fiascoes*”. Janis menggunakan istilah *groupthink* untuk menunjukkan suatu model berpikir sekelompok orang yang bersifat kohesif (terpadu). Dia mendefinisikan *groupthink* sebagai suatu model berpikir yang diterapkan oleh orang-orang apabila mereka terlibat secara mendalam dalam suatu kelompok yang kohesif, apabila para anggota ingin mencapai *unanimity* sehingga menghilangkan motivasi mereka untuk menilai secara realistis rangkaian tindakan alternatif lainnya.

Groupthink akan terjadi apabila *cohesiveness* tinggi dan kecenderungan untuk mencari consensus dalam kelompok-kelompok yang memiliki ikatan erat akan mengakibatkan mereka mengambil keputusan-keputusan yang inferior. Kelompok-kelompok yang sering kali tidak mendiskusikan semua pilihan yang tersedia. Pemecahan-pemecahan seringkali tidak dikaji, dan dalam kelompok-kelompok seperti ini, sering sekali sangat selektif dalam menangani informasi.

Fenomena *groupthink* akan terjadi apabila sebuah kelompok mengambil keputusan yang salah karena adanya tekanan kelompok yang mengakibatkan turunnya efisiensi mental, berkurangnya pengujian realita, dan pertimbangan moral. Kelompok yang dipengaruhi oleh *groupthink* akan cenderung mengabaikan alternatif-alternatif lain dan selalu mengambil tindakan-tindakan *irrational* yang mendehumanisasi kelompok-kelompok yang lain.

Terdapat beberapa karakteristik yang menandai terjadinya *groupthink* dalam suatu kelompok, yaitu:²⁰

- a. *Illusion of invulnerability* (anggapan bahwa mereka kebal). Suatu kelompok yakin bahwa keputusan yang telah diambil tidak perlu lagi dipertanyakan
- b. *Belief in inherent morality of group* (percaya pada moralitas yang melekat pada kelompok). Hal ini cenderung mengakibatkan para anggota kelompok untuk mengabaikan konsekuensi-konsekuensi moral dan etika dari keputusan-keputusan mereka
- c. *Rasionalisasi kolektif*. Usaha-usaha ini akan mendorong tim untuk mengabaikan peringatan-peringatan yang apabila tidak diabaikan memungkinkan akan mendorong mereka untuk mempertimbangkan kembali asumsi-asumsi mereka sebelum mereka memutuskan untuk 'komit' kembali pada keputusan dan kebijakan masa lalu
- d. *Out-group stereotypes*. Semua orang lain dianggap terlalu jahat atau terlalu bodoh untuk mempertimbangkan strategi-strategi mereka atau untuk berusaha bernegosiasi dengan mereka
- e. *Self-censorship*. Para anggota cenderung menghilangkan penyimpangan dari konsensus, dan berusaha meminimalisir signifikansi dari keraguan mereka dan argumen-argumen yang bertentangan

²⁰ Ibid, hal. 96-98

- f. *Illusion of unanimity*. Karena adanya *Self-censorship*, para anggota men-*sharring* keyakinan bahwa ada *unanimous* dalam pertimbangan-pertimbangan mereka; tidak mengeluarkan suara dianggap setuju (konsensus)
- g. *Direct pressure on dissenters*. Kepada orang-orang yang membuat argumen-argumen kuat yang menentang *stereotype*, ilusi, atau komitmen tim akan disampaikan tantangan-tantangan atau komentar-komentar yang merupakan sangsi
- h. *Self-appointed mind guards*. Para anggota tim melindungi anggotanya dari informasi yang buruk, yang memungkinkan terancamnya ilusi yang telah di-*sharring* secara bersama-sama mengenai keefektifan atau moralitas dari keputusan-keputusan itu.

Groupthink (pemikiran kelompok) didefinisikan sebagai suatu cara pertimbangan yang digunakan anggota kelompok ketika keinginan mereka akan kesepakatan melampaui motivasi mereka untuk menilai semua rencana tindakan yang ada. Di dalam bukunya, Janis menjelaskan apa yang terjadi di dalam kelompok kecil di mana anggota-anggotanya memiliki hubungan baik satu sama lain. Mempelajari pengambilan keputusan dalam kebijakan asing, Janis menyatakan bahwa ketika anggota kelompok memiliki nasib yang sama, terdapat tekanan yang kuat untuk menuju kepada ketaatan.

Asumsi-asumsi dalam teori *groupthink* di antaranya:

- 1) Terdapat kondisi-kondisi di dalam kelompok yang mempromosikan kohesivitas tinggi
- 2) Pemecahan masalah kelompok pada intinya merupakan proses yang menyatu
- 3) Kelompok dan penyatuan keputusan oleh kelompok seringkali bersifat kompleks

Dennis Gouran mengamati bahwa kelompok-kelompok rentan terhadap batasan afiliatif (*affiliative constraints*) yang berarti bahwa anggota kelompok lebih memilih untuk menahan masukan mereka daripada mengambil risiko ditolak. Menurut Gouran, ketika anggota kelompok benar-benar berpartisipasi, karena takut ditolak, mereka memiliki kecenderungan untuk “memberikan perhatian lebih pada pemeliharaan kelompok daripada isu-isu yang sedang dipertimbangkan”.²¹

B. Teori Komunikasi Organisasi

Ada bermacam-macam pendapat mengenai pengertian organisasi. Schein (1982) mengatakan bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab. Schein juga mengatakan bahwa organisasi mempunyai karakteristik tertentu yaitu mempunyai struktur, tujuan, saling berhubungan satu bagian dengan bagian lain, dan tergantung kepada komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan aktivitas dalam organisasi tersebut.

²¹ Ibid, hal. 98-100

Pengertian organisasi menurut Kochler (1976) adalah sistem hubungan yang terstruktur yang mengkoordinasi usaha suatu kelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Wright (1977), organisasi adalah suatu sistem terbuka dari aktivitas yang dikoordinasi oleh dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan bersama.

Organisasi memiliki elemen dasar yang saling berkaitan antara satu elemen dengan elemen lainnya. Tiap organisasi selain memiliki elemen yang umum juga memiliki karakteristik yang umum. Karakteristik tersebut adalah:

- Dinamis
- Memerlukan Informasi
- Mempunyai Tujuan
- Terstruktur²²

Menurut perspektif ilmu komunikasi, organisasi tidak terbentuk karena adanya surat atau dokumen persetujuan, tetapi organisasi ada sejak adanya interaksi atau komunikasi tertentu di antara orang-orang yang menunjukkan bahwa mereka tengah berorganisasi. Surat atau dokumen tidak akan ada artinya tanpa adanya komunikasi di antara orang-orang yang menunjukkan mereka berorganisasi. Singkatnya, komunikasi membentuk organisasi, dan komunikasi dalam organisasi atau komunikasi organisasi inilah yang menjadi perhatian dari teori komunikasi organisasi.²³

²² Dr. Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, PT. Bumi Aksara, Jakarta: 2011, Cetakan kedua belas, hal. 23-29

²³ Morissan, M.A, *Teori Komunikasi Organisasi*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta: 2009, Cetakan pertama, hal. 25

Komunikasi Organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan di dalam organisasi di dalam kelompok formal maupun informal organisasi. Jika organisasi semakin besar dan semakin kompleks, maka komunikasinya pun demikian. Komunikasi organisasi dapat bersifat formal maupun informal.

Yang termasuk dalam komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi pada organisasi. Isinya berupa cara-cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi, seperti: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Yang termasuk dalam komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya tidak pada organisasinya sendiri, tetapi lebih pada para anggotanya secara individual.²⁴

Setiap orang dapat melakukan pendekatan pada organisasi melalui empat perspektif, yaitu: pendekatan manajemen ilmiah atau klasik, pendekatan hubungan antarmanusia, pendekatan sistem dan pendekatan kultural.

Pendekatan Ilmiah menganggap bahwa organisasi harus menggunakan metoda-metoda ilmiah untuk meningkatkan produktivitas. Berbagai studi pengendalian secara ilmiah akan memungkinkan manajemen mengidentifikasi cara-cara atau alat untuk meningkatkan produktivitas, dan pada akhirnya akan meningkatkan laba.

²⁴ Joseph A. De Vito, *Komunikasi Antar Manusia*, Kuliah Dasar, Professional Books, Jakarta: 1979, Edisi Kelima, hal. 340

Dalam pendekatan ilmiah ini, komunikasi dianggap sebagai pemberian perintah dan menjelaskan prosedur dan operasi. Yang dikenal hanyalah struktur organisasi dan system komunikasi formal.

Pendekatan Hubungan Antarmanusia berkembang sebagai reaksi terhadap perhatian eksklusif faktor-faktor fisik dalam mengukur keberhasilan organisasi. Salah satu asumsi prinsip dari pendekatan hubungan antarmanusia adalah bahwa kenaikan kepuasan kerja akan mengakibatkan kenaikan produktivitas. Pendekatan ini mengakui pentingnya kelompok sosial, informal di dalam organisasi dan memberikan pertimbangan khusus pada komunikasi interpersonal di dalam sub-kelompok organisasi tersebut. Meskipun tampaknya terbaik untuk segala situasi, dimana komunikasinya bebas dan kepemimpinannya demokratis, aliran hubungan antarmanusia menghadapi beberapa kesulitan. Masalah utamanya adalah pendekatannya didasarkan pada asumsi yang keliru. Masalah lain dengan pendekatan ini adalah bahwa terlalu banyaknya perhatian pada persetujuan. Pendekatan ini gagal memahami bahwa kontribusi yang sangat penting dimainkan oleh konflik dan persaingan.

Pendekatan Sistem mengkombinasikan unsur-unsur terbaik dari pendekatan ilmiah dengan pendekatan hubungan antarmanusia. Pendekatan ini memandang organisasi sebagai suatu sistem dimana semua bagian berinteraksi dan setiap bagian mempengaruhi bagian lainnya. Pendekatan ini menganggap bahwa kedua faktor fisik dan psikologis pada

pendekatan manajemen ilmiah dan faktor sosial dan psikologis pada hubungan antarmanusia adalah penting. Setiap faktor mempengaruhi faktor lainnya. Dalam pendekatan ini, komunikasi membuat sistem vital dan tetap hidup. Jika suatu sistem harus bertahan, maka semua bagian-bagiannya harus dikoordinasikan, dan semua kegiatannya harus disinkronkan, komunikasi menjadi penting. Komunikasi akan menghubungkan berbagai bagian dengan bagian lainnya dan menghasilkan banyak gagasan baru.

Pada *Pendekatan Kultural* organisasi harus meneliti untuk mengidentifikasi jenis kultur dan norma-norma atau nilai-nilai spesifik yang dianutnya. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memungkinkan seseorang bisa memahami bagaimana organisasi berfungsi dan bagaimana hal itu mempengaruhi dan dipengaruhi oleh para anggotanya dalam kultur organisasi itu. Perspektif kultural memandang organisasi dan para pekerjanya memiliki seperangkat nilai-nilai dan tujuan yang sama. Dalam pandangan kultural, komunikasi tidak hanya sekedar pesan yang dikirim dari satu anggota ke anggota lain melalui satu saluran atau lebih, tetapi komunikasi harus dilihat secara integral di dalam organisasi.²⁵

Pada kenyataannya, komunikasi mendefinisikan dan membentuk organisasi, divisi-divisinya, dan beberapa fungsinya. Organisasi bukanlah sesuatu yang terpisah dengan para pekerjaannya dan dengan komunikasinya, tetapi

²⁵ Ibid, hal. 340-342

organisasi diciptakan dan dibentuk oleh para pekerjanya dan interaksi komunikasinya.²⁶

Organisasi harus menciptakan sejumlah jaringan komunikasi yang beragam. Yang dimaksud dengan jaringan adalah saluran yang digunakan untuk meneruskan pesan dari satu orang ke orang lain. Jaringan ini dapat dilihat dari dua perspektif:

Pertama, kelompok kecil sesuai dengan sumberdaya yang dimilikinya akan mengembangkan pola komunikasi yang menggabungkan beberapa struktur jaringan komunikasi. Jaringan komunikasi ini kemudian merupakan sistem komunikasi umum yang akan digunakan oleh kelompok dalam mengirimkan pesan dari satu orang ke orang yang lainnya.

Kedua, jaringan komunikasi ini bisa dipandang sebagai struktur yang diformalkan yang diciptakan oleh organisasi sebagai sarana komunikasi organisasi.

Dengan perspektif manapun, perlu dipahami bahwa jaringan komunikasi merupakan jenis umum pola komunikasi kelompok dan dapat dijumpai di umumnya kelompok dan organisasi. Terdapat lima struktur atau pola jaringan komunikasi, yaitu:

a. Struktur Lingkaran

Struktur ini tidak memiliki pemimpin, semua anggota posisinya sama. Mereka memiliki wewenang atau kekuatan yang sama untuk mempengaruhi

²⁶ Ibid, hal. 342

kelompok. Setiap anggota bias berkomunikasi dengan dua anggota lain di sisinya.

b. Struktur Roda

Struktur ini memiliki pemimpin yang jelas, yaitu yang posisinya di pusat. Orang ini merupakan satu-satunya yang dapat mengirim dan menerima pesan dari semua anggota. Oleh karena itu jika seorang anggota ingin berkomunikasi dengan anggota lain maka pesannya harus disampaikan melalui pemimpinnya.

c. Struktur Y

Struktur ini relatif kurang terealisasi dibanding dengan struktur roda, tetapi lebih terealisasi dibanding pola lainnya. Pada struktur ini terdapat pemimpin yang jelas (orang ketiga dari bawah), tetapi satu anggota lain berperan sebagai pemimpin kedua (orang kedua dari bawah). Anggota ini dapat mengirimkan dan menerima pesan dari dua yang lainnya. Ketiga anggota lainnya memiliki keterbatasan komunikasi karena hanya dengan satu orang lainnya.

d. Struktur Rantai

Struktur ini sama dengan struktur lingkaran tetapi anggota yang paling akhir hanya dapat berkomunikasi dengan satu orang saja. Orang yang

berada di posisi tengah lebih berperan sebagai pemimpin daripada mereka yang berada di posisi lain.

e. Struktur Semua Saluran

Struktur yang dapat disebut juga dengan pola bintang ini hampir sama dengan struktur lingkaran, dalam arti semua anggota adalah sama dan semuanya memiliki kekuatan untuk mempengaruhi anggota yang lainnya. Akan tetapi, dalam struktur ini setiap anggota bisa berkomunikasi dengan setiap anggota lainnya. Pola ini memungkinkan adanya partisipasi anggota secara optimum.²⁷

Pembahasan mengenai komunikasi organisasi dalam bentuk arus informasinya sangat penting. Beberapa arus komunikasi dalam organisasi yaitu: komunikasi ke atas dan ke bawah (disebut dengan vertikal) dan komunikasi lateral yang merupakan komunikasi yang paling penting. Selain itu, melihat pula pada informasi samar dan juga sebab dan akibat adanya kepadatan informasi.

a. Komunikasi ke Atas

Komunikasi ini merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hirarki yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi. Komunikasi ke atas sangat penting untuk mempertahankan dan bagi pertumbuhan organisasi. Komunikasi itu memberikan manajemen umpan balik

²⁷ Ibid, hal. 344-345

yang diperlukan mengenai semangat kerja para anggotanya dan berbagai ketidakpuasan yang mungkin. Komunikasi itu juga membuat bawahan memiliki rasa kepemilikan dan merasa sebagai bagian dari organisasi. Di samping itu juga memungkinkan manajemen untuk memiliki kesempatan dalam memperoleh berbagai gagasan baru dari para anggotanya.

Permasalahan mengenai komunikasi ini adalah sulit untuk dikendalikan. Salah satu masalahnya adalah pesan yang mengalir ke atas seringkali merupakan pesan yang perlu didengar oleh hirarki yang lebih tinggi lagi. Para pekerja seringkali enggan mengirim pesan yang negative karena merasa khawatir mereka dianggap sebagai biang keladi. Seringkali pula pesan yang dikirim ke atas terutama yang menyangkut ketidakpuasan karyawan itu tidak didengar dan ditanggapi oleh manajemen karena bisa mengganggu produktivitas.

Salah satu hambatan lainnya adalah hambatan fisik. Manajemen biasanya secara fisik terpisah dari para karyawannya. Biasanya, kantor manajemen berada pada lantai yang terpisah bahkan tidak jarang yang berada di kota yang berbeda. Dengan demikian situasi menjadi lebih sulit bagi manajemen untuk mengetahui masalah yang berkaitan dengan pekerjaan yang memerlukan perhatian segera.²⁸

²⁸ Ibid, hal. 346-347

b. Komunikasi ke Bawah

Komunikasi ini merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hirarki yang lebih tinggi ke tingkat yang lebih rendah. Perintah seringkali merupakan contoh jelas untuk komunikasi ke bawah. Bersamaan dengan perintah ini biasanya dibarengi dengan penjelasan prosedur, tujuan dan sejenisnya. Para manajer juga bertanggungjawab untuk memberi penilaian kepada karyawannya dan memotivasi mereka, semuanya mengatasmakan produktivitas dan demi kebaikan organisasi secara keseluruhan.

Permasalahan dalam komunikasi ini adalah jenis komunikasi antara manajemen dan karyawan yang berbicara dengan bahasa yang berbeda. Banyak manajer yang tidak mengetahui bagaimana agar pesan mereka dapat dipahami oleh karyawannya. Di kedua jenis komunikasi ke atas maupun ke bawah, manajemen mengendalikan sistem komunikasinya. Para manager memiliki waktu, keahlian, dan fasilitas untuk memperbaiki komunikasi yang ada di organisasi. Dan tentunya logis saja untuk menempatkan tanggungjawab atas terjadinya sistem komunikasi yang efektif pada pundak manajemen.

Komunikasi yang efektif adalah proses dua arah. Bagaimana pun juga, manajemen menanggung tanggungjawab yang lebih besar dalam membentuk dan

mempertahankan sistem komunikasi internal yang efektif dan efisien.²⁹

c. Komunikasi Lateral

Komunikasi ini merupakan pesan antara sesama, seperti manajer ke manajer, karyawan ke karyawan, anggota ke anggota. Pesan semacam ini bisa bergerak di bagian yang sama di dalam organisasi atau mengalir antar bagian. komunikasi ini memperlancar pertukaran pengetahuan, pengalaman, metoda, dan masalah. Hal ini membantu organisasi menghindari beberapa masalah dan memecahkan yang lainnya. Komunikasi ini juga membangun semangat kerja dan kepuasan karyawan. Yang lebih umumnya, komunikasi ini bisa membantu mengkoordinasi berbagai kegiatan di dalam organisasi dan memungkinkan berbagai divisi untuk mengumpulkan pengalaman dan keahliannya.

Permasalahan pada komunikasi ini salah satunya adalah bahasa yang khusus yang dikembangkan oleh divisi tertentu di dalam organisasi. Bahasa semacam itu seringkali sulit dipahami oleh penerima pesan. Masalah lainnya adalah kecenderungan para karyawan dalam organisasi yang terspesialisasi untuk melihat bahwa bidang mereka merupakan satu-satunya yang paling penting dalam menentukan kemajuan dan keberhasilan perusahaan.

²⁹ Ibid, hal. 347-348

Hambatan lain adalah bahwa sementara komunikasi lateral efektif merupakan pertukaran dan pengumpulan pengalaman dan sumber daya, bekerja di organisasi yang kompetitif.³⁰

d. Kepadatan Informasi

Kepadatan informasi merupakan salah satu masalah yang besar dengan kecanggihan teknologi saat ini. Informasi dikembangkan dengan kecepatan tinggi sehingga sulit untuk diikuti semuanya dan dianggap relevan untuk satu jenis pekerjaan tertentu. Informasi dapat dengan mudah dan cepat dikembangkan dan disebarkan ke seluruh organisasi sehingga sering lupa dengan waktu yang diperlukan untuk mencerna informasi tersebut dan membuatnya bermanfaat dengan cara-cara tertentu. Tumpukan surat yang muncul setiap harinya merupakan contoh konkrit. Kemajuan teknologi telah membuatnya mudah, cepat dan murah untuk mengirim informasi.

Sebab lain terjadinya kepadatan informasi adalah bahwa banyak manajer menyebarkan informasi mengenai permasalahan ketimbang pemecahannya. Kepadatan informasi tampaknya sudah menjalar di semua organisasi. Jadi, kepadatan informasi merupakan situasi di mana informasi yang dikirim kepada setiap

³⁰ Ibid, hal. 348

orang melebihi kapasitas orang itu untuk memprosesnya.³¹

Beberapa jenis informasi yang sudah dibahas sejauh ini mengikuti pola struktur formal di dalam organisasi. Pesan yang tergolong kabar burung tidak mengikuti garis formal semacam itu. Kabar burung merupakan saluran informal dimana pesan mengalir di dalam suatu organisasi. Istilah kabar burung tampaknya berasal dari Perang Sipil, ketika table telegram digantungkan dari pohon ke pohon dan membentuk kabar burung. Pesan yang mengalir melalui struktur yang tidak terorganisasi juga membentuk kabar burung secara fisik yang sulit diperkirakan pola pencabangannya.

Menurut John Baird yang merupakan ahli organisasi, meskipun kabar burung merupakan bagian dari komunikasi informal dalam setiap organisasi besar, jenis komunikasi itu jangan digunakan terlalu sering seperti folklore yang sudah biasa diketahui. Biasanya kabar burung tidak terjadi pada iklim yang stabil dan enak. Perubahan dan ketidakjelasan mendorong timbulnya kabar burung. Bagaimanapun juga, tidaklah mengherankan apabila jenis komunikasi ini menghasilkan informasi yang tinggi.³²

Dalam suatu organisasi, tujuan adalah sasaran yang membimbing kegiatan organisasi. Ia adalah patokan penilaian terhadap efektivitas, keberhasilan, kelangsungan hidup, dan kemampuan beradaptasi organisasi. Komunikasi memainkan peranan penting dalam penetapan tujuan, memantau

³¹ Ibid, hal. 350-351

³² Ibid, hal. 348-349

kemajuan pencapaiannya, dan dalam menetapkan waktu dan tempat yang tepat untuk melakukan definisi ulang tujuan organisasi.

Beberapa organisasi dibentuk dengan tujuan utama memproduksi dan memasarkan barang konsumsi, seumpama memproduksi mobil, komputer, atau roti. Bagi organisasi lainnya, produk bisa dimaksudkan sebagai layanan. Contoh organisasi yang memproduksi layanan adalah rumah sakit, perpustakaan, dan sekolah.

Karakteristik yang membedakan dari tujuan hubungan dan kelompok dapat ditemukan dalam asal dan kejelasan tujuan organisasi. Dalam hubungan dan dalam kelompok kecil atau informal, tujuan untuk meraih keuntungan dapat muncul ketika hubungan atau kelompok itu berkembang. Sedangkan dalam organisasi, tujuan biasanya dirumuskan secara lebih resmi atau ditetapkan secara sadar. Meskipun demikian, bukan berarti tujuan awal organisasi tidak mungkin untuk berubah. Meseka bisa berubah dan perubahan itu seing terjadi. Melalui reorganisasi besar, reformulasi tujuan, atau melalui proses evolusi yang lebih halus, perubahan tujuan bisa terjadi dari waktu ke waktu.³³

Jaringan komunikasi melayani fungsi penting dalam organisasi. Pesan resmi menglir melalui jaringan-jaringan yang ada dalam organisasi, mungkin ke bawah, ke atas, atau horizontal. Jaringan informal juga sangat penting bagi organisasi. Jaringan eksternal meyabungkan suatu organisasi dengan lingkungannya. Jaringan tatap muka di

³³ Loc. Cit, Brent D. Ruben., Lea P. Stewart., hal. 326

dalam organisasi ditambah oleh komunikasi yang dimediasi yang terus meningkat. Dalam dinamika organisasi yang sedang berlangsung, jaringan komunikasi jarang beroperasi secara terbuka, rasional, dan terduga namun seseorang bisa menyimpulkannya dari gambaran jenis jaringan yang mungkin terjadi beserta arah arus pesannya.³⁴

Teori-teori Komunikasi Organisasi

1. *Weick Theory of Organization*

Teori Weick tentang pengorganisasian mempunyai arti penting dalam komunikasi, karena ia menggunakan komunikasi sebagai basis pengorganisasian manusia dan memberikan dasar logika untuk memahami bagaimana orang berorganisasi. Menurutnya, kegiatan-kegiatan pengorganisasian memenuhi fungsi pengurangan ketidakpastian informasi yang diterima dari lingkungan atau wilayah sekeliling. Ia menggunakan istilah ketidakjelasan untuk mengatakan ketidakpastian atau keruwetan, keracunan, dan kurangnya *predictability*. Semua informasi dari lingkungan sedikit banyak sifatnya tidak jelas, dan aktivitas-aktivitas pengorganisasian dirancang untuk mengurangi ketidakjelasan atau ketidakpastian.

Weick memandang pengorganisasian sebagai proses evolusioner yang berstandar pada sebuah rangkaian tiga proses:



³⁴ Ibid, hal. 353-354

- Penentuan adalah pendefinisian situasi, atau mengumpulkan informasi yang tidak jelas dari luar. Ini merupakan perhatian pada rangsangan dan pengakuan bahwa ada ketidakjelasan.
- Seleksi, proses ini memungkinkan kelompok untuk menerima aspek-aspek tertentu dan menolak aspek-aspek lainnya dari informasi. Ini mempersempit bidang, dengan menghilangkan alternatif-alternatif yang tidak ingin dihadapi oleh organisasi. Proses ini akan menghilangkan lebih banyak ketidakjelasan dari informasi awal.
- Penyimpanan, yaitu proses menyimpan aspek-aspek tertentu yang akan digunakan pada masa mendatang. Informasi yang dipertahankan diintegrasikan ke dalam kumpulan informasi yang sudah ada menjadi dasar bagi beroperasinya organisasinya.

Demikian pembahasan tentang konsep-konsep dasar dari teori Weick, yaitu: lingkungan, ketidakjelasan, penentuan, seleksi, penyimpanan, masalah pemilihan, siklus perilaku, dan aturan-aturan berkumpul yang semuanya memberi kontribusi pada pengurangan ketidakjelasan. Menganalisis organisasi sebagai sistem terbuka berarti menempatkan organisasi di lingkungan luar organisasi itu. Perspektif ini akan fokus pada lingkungan di luar organisasi yang akan menentukan peluang, gagasan-gagasan, hambatan-

hambatan, standar ukuran, dan sumber daya penting bagi individu organisasi.

Ada tiga teori organisasi ketika dikaitkan dengan lingkungan sekitarnya, yaitu:³⁵

- 1) Teori Ketergantungan Sumber Daya (*Resource Dependency Theory*)
- 2) Teori Institusional (*Institutional Theory*)
- 3) Teori Ekologi Organisasi (*Organizational Ecology*) atau Teori Populasi Ekologi (*Population Ecology*)

2. Structuration Theory

Teori pertama yang memiliki keterkaitan dengan struktur organisasi ini adalah teori birokrasi yang diperkenalkan oleh Max Weber, seorang teoretisi terkenal sepanjang zaman. Ia mendefinisikan organisasi sebagai sistem dari suatu aktivitas tertentu yang bertujuan dan berkesinambungan. Inti dari teori Weber mengenai birokrasi adalah konsep mengenai kekuasaan, wewenang, dan legitimasi. Menurut Weber, kekuasaan adalah kemampuan seseorang dalam setiap hubungan sosial guna mempengaruhi orang lain. Ia juga mengemukakan adanya tiga jenis kewenangan (otoritas), yaitu otoritas tradisional, otoritas birokratik (*rational-legal*), dan otoritas karismatik. Selain itu, Weber mengemukakan pandangannya mengenai enam prinsip birokrasi yang terdiri dari:

- Birokrasi didasarkan pada aturan-aturan yang memungkinkan diselesaikannya suatu persoalan

³⁵ Loc. Cit, H. Syaiful Rohim, M.Si., hal. 141-143

- Birokrasi mengenai pembagian secara sistematis terhadap tenaga kerja, setiap tenaga kerja memiliki hak dan kekuasaan yang terdefiniskan secara jelas
- Esensi dari birokrasi adalah adanya perjenjangan (hierarki)
- Pimpinan diangkat berdasarkan kemampuan dan pendidikan mereka
- Birokrasi harus memiliki kebebasan untuk mengalokasikan sumber-sumber yang ada dalam lingkup pengaruhnya
- Birokrasi masyarakat pengelolaan arsip yang rapi

Pemikiran strukturasi dalam organisasi yang dikemukakan Poole dan McPhee, dijelaskan bahwa struktur organisasi diciptakan ketika sekelompok orang saling berkomunikasi melalui saluran tertentu. Komunikasi tersebut terjadi dalam tiga tempat atau pusat-pusat dari strukturasi, yaitu:

a. Konsepsi

Tempat dari konsepsi yang meliputi seluruh bagian dari kehidupan organisasi di mana orang-orang membuat berbagai keputusan dan pilihan.

b. Implementasi

Tempat yang kedua adalah implementasi, yaitu kodifikasi formal dan pemberitahuan mengenai berbagai keputusan dan pilihan.

c. Penerimaan (*reception*)

Tempat yang ketiga terjadi di tempat penerimaan, yaitu ketika para anggota kelompok bertindak dengan

mennyesuaikan diri kepada keputusan-keputusan organisasi. Dalam uraian yang lebih konkret, setelah diambil keputusan untuk mendirikan jurusan baru, maka akan diangkat seorang ketua jurusan dan karenanya alur komunikasi dalam fakultas akan mengalami perubahan.

Teori strukturasi menjelaskan bahwa struktur organisasi diciptakan ketika sekelompok orang saling berkomunikasi melalui saluran tertentu.³⁶

3. *Organizational Culture Theory*

Secara umum, bila orang-orang berinteraksi selama beberapa waktu, mereka membentuk suatu budaya. Setiap budaya mengembangkan harapan-harapan yang tertulis maupun yang tidak tertulis tentang perilaku yang mempengaruhi para anggota budaya itu. Tetapi orang-orang tidak hanya dipengaruhi oleh budaya tersebut mereka menciptakan budaya. Implisit dalam konsep budaya adalah suatu apresiasi tentang cara organisasi dibentuk oleh prenakat-perangkat khas nilai, ritus, dan kepribadian. Lois menyatakan bahwa budaya suatu kelompok dapat digolongkan sebagai “seperangkat pemahaman atau makna yang dimiliki bersama oleh sekelompok orang”. Dengan demikian, budaya meliputi interaksi selama beberapa waktu, harapan-harapan perilaku, membentuk dan dibentuk, sifat-sifat khas yang memisahkan sebuah budaya dengan budaya lainnya, dan seperangkat makna/logika yang memungkinkan aksi kelompok.

³⁶ Ibid, hal. 146-148

Salah satu cara untuk mendefinisikan budaya organisasi adalah dengan menganggap organisasi itu sebagai terbuat dari “benda” atau artifak-artifak budaya (*cultural artifacts*), kisah-kisah, dan ritual. Bila budaya organisasi dianggap sebagai suatu pembentukan pemahaman, maka budaya organisasi ini didefinisikan melalui proses-proses pembentukan pemahaman, dan perilaku-perilaku simbolik menjadi fokus perhatian.

Kita telah menelaah apakah budaya organisasi itu dan bagaimana hal itu dijelaskan. Namun, terbukti bahwa definisi-definisi yang berlainan mengenai budaya menghasilkan teori-teori budaya yang berbeda. Definisi seperti ini dipengaruhi oleh pandangan objektif dan pandangan subjektif yang berbeda. Budaya organisasi dapat ditelaah pada tingkat-tingkat yang berlainan, seperti perspektif makro-analitik dan mikro-analitik. Misalnya, organisasi itu sendiri dapat dipandang sebagai tertanam dalam konteks budaya yang lebih besar dalam masyarakat.

Peranan komunikasi dalam budaya organisasi dapat dilihat secara berlainan tergantung pada bagaimana budaya dikonsepsikan. Bila budaya dianggap sebagai sebuah himpunan artifak simbolik yang dikomunikasikan kepada anggota organisasi untuk pengendalian organisasi, maka komunikasi dapat diartikan sebagai pembentukan pemahaman, proses komunikasi itu sendiri menjadi pusat perhatian utama karena proses inilah yang merupakan pembentukan makna tersebut.

Penelitian komunikasi organisasi dari sudut pandang budaya mencakup lebih daripada sekedar penalaran pertukaran resmi pegawai antara orang-orang terpilih yang memiliki status. Perilaku sebagaimana adanya yang memungkinkan adanya rutinitas dan pengorganisasian melekat dalam komunikasi.

Dari perspektif pemahaman, ini berarti mengetahui bagaimana sebuah organisasi berkomunikasi. Mengetahui budaya organisasi berarti mengerti apa yang mungkin diperoleh dari budaya tersebut bagi para anggotanya. Dilihat dari pandangan tradisional, suatu organisasi tertentu mungkin tampak tidak rasional dan tidak terorganisasi, tetapi organisasi ini mungkin telah membentuk suatu budaya yang bermanfaat bagi organisasinya. Penelitian yang baik mengungkapkan bagaimana anggota organisasi membentuk pemahaman atas dan membangun dunia mereka.³⁷

4. *Organizational Information Theory*

Teori informasi organisasi merupakan suatu sudut pandang dari komunikasi yang menganggap bahwa organisasi sebagai suatu sistem pemrosesan informasi. Dalam komunikasi organisasi terdapat berbagai informasi yang perlu diproses untuk mencapai tujuan organisasi.³⁸

Salah satu sumber daya penting dalam organisasi adalah informasi. Dengan menggunakan teori informasi sebagai dasar, Farace dan rekannya mendefinisikan informasi

³⁷ Ibid, hal. 149-151

³⁸ Ibid, hal. 151-152

dalam pengertian untuk mengurangi ketidakpastian. Ketika orang mampu untuk memperkirakan pola-pola yang akan terjadi dalam aliran tugas dan hubungan-hubungannya, maka ketidakpastian dapat dikurangi dan informasi berhasil diperoleh. Komunikasi sendiri sebagian merupakan pengurai ketidakpastian melalui informasi, karena komunikasi mencakup penggunaan ‘bentuk-bentuk simbolis’ umum yang saling dimengerti oleh para partisipasinya. Dalam teorinya, mererka mengemukakan dua bentuk komunikasi yang berkaitan dengan dua bentuk informasi, yaitu:

- 1) Informasi absolut adalah keseluruhan informasi yang dikomunikasikan suatu dalam organisasi. Informasi ini terdiri dari keseluruhan kepingan pengetahuan yang ada dalam sistem
- 2) Informasi yang didistribusikan adalah informasi yang telah disebarakan melalui organisasi

Salah satu teori komunikasi klasik yang sangat mempengaruhi teori-teori komunikasi selanjutnya adalah teori informasi atau teori matematis. Teori ini merupakan bentuk oenjabaran dari karya Claude Shannon dan Warren Weaver. Teori ini melihat komunikasi sebagai fenomena mekanistis, matematis, dan informative: komunikasi sebagai transmisi pesan dan bagaimana transmitter menggunakan saluran dan media komunikasi.

Sebagaimana yang dipakai dalam teori komunikasi informasi atau matematis, konsep tidak mengacu pada makna, akan tetapi hanya memfokuskan titik perhatiannya pada banyaknya stimulus atau sinyal. Konsep dasar dalam

teori ini adalah entropi dan redundansi-konsep yang dipinjam dari *thermodynamics*. Kedua konsep ini saling mempengaruhi dan bersifat sebab akibat. Dimana entropi akan sangat berpengaruh terhadap redundansi yang timbul dalam proses komunikasi. Informasi adalah sebuah ukuran keridakpastian, atau entropi, dalam sebuah situasi. Semakin besar ketidakpastian, semakin besar pula informasi yang tersedia dalam proses komunikasi.

Teori informasi yang dikemukakan oleh Shannon dan Weaver ini banyak menuai kritik. Salah satunya adalah ia tidak menjelaskan konsep umpan balik (*feedback*) dalam model teorinya. Padahal konsep umpan balik sangat berperan penting dalam menentukan keberhasilan komunikasi. Hal ini dikarenakan teori yang ia kaji hanya melihat komunikasi sebagai fenomena linear satu arah. Teori informasi (matematis) yang ia kaji hanya melihat komunikasi dari faktor komunikator yang dominan. Padahal penerima sebagai komunikan pun adalah bagian dari proses komunikasi yang akan terlibat jika konsep umpan balik ia masukan. Selain itu umpan balik juga justru bisa memberitahukan kegagalan dalam komunikasi. Selain konsep umpan balik yang tidak diusung dalam teori informasi sebenarnya. Shannon dan Weaver juga tidak mengkaji detil tentang peranan medium (media) dalam teorinya. Ia hanya terfokus pada fungsi saluran atau transmitter.³⁹

³⁹ Ibid, hal. 153-155

5. Teori Integratif dalam Komunikasi Organisasi: Suatu Pandangan Kolaboratif

Teori sistem dalam komunikasi organisasi biasanya dipandang pula sebagai ‘struktural-fungsionalisma’, seperti yang telah sedikit dibahas pada bagian awal. Berangkat dari kerangka piker klasik yang dikemukakan oleh Weber mengenai struktur dan fungsi organisasi, teori-teori sistem yang antara lain dikemukakan oleh Chester Barnard, Don Jell Katz dan Robert Kahn, Herbert Simon dan James March, dianggap telah memberikan semacam otot dan daging bagi kerangka yang telah disusun oleh Weber. Teori-teori sistem yang mereka kemukakan telah memberikan lebih banyak substansi, kompleksitas, dan reliabilitas mengenai organisasi daripada yang dilakukan oleh aliran klasik.

Teori yang dikemukakan oleh Richard Farace, Peter Monge, dan Hamish Russel ini menunjukkan suatu pandangan umum yang sangat menarik mengenai konsep-konsep sistem dari organisasi. Karya mereka merupakan integrasi dari berbagai gagasan terbaik dalam suatu bentuk yang secara internal telah memberikan suatu sintesis mengenai pandangan sistem. Sebagai tambahan, karya mereka juga menyatukan sejumlah besar pemikiran yang didasarkan atas penelitian, yang dan terakhir mereka menempatkan komunikasi sebagai pusat dari struktur organisasi.

Mereka mendefinisikan suatu organisasi sebagai suatu sistem yang setidaknya terdiri dari dua orang (atau lebih), ada yang saling ketergantungan, *input*, proses dan *output*.

Kelompok ini berkomunikasi dan bekerja sama untuk menghasilkan suatu hasil akhir dengan menggunakan energi, informasi, dan bahan-bahan lain dari lingkungan.

Kerangka struktural fungsional bagi komunikasi organisasi terletak pada tiga dimensi analitis. *Pertama* adalah ‘*system level*’ yang terdiri atas empat sublevel: individual, *dydic*, kelompok, dan organisasional, dalam suatu prinsip hierarki sistem. *Kedua* adalah mengamati fungsi-fungsi komunikasi. *Ketiga* adalah struktur.

Melalui kontak setiap hari antaranggota organisasi, individu-individu dalam berbagai kelompok cenderung untuk bekerja, berinteraksi, dan berkomunikasi satu bersama-sama. Kenyataan menunjukkan bahwa struktur dari keseluruhan organisasi tergantung pada pengelompokan ini. Dengan menganalisis lebih jauh, kita harus menyadari bahwa organisasi terdiri dari banyak struktur (*multiple structures*). Misalnya: struktur dapat dibentuk berdasarkan hubungan tugas, hubungan kekuasaan, kesukaan dan sebagainya.⁴⁰

⁴⁰ Ibid, hal. 155-158

BAB IV

TEORI KOMUNIKASI MASSA

Secara sederhana, komunikasi merupakan proses penyampaian informasi yang diterima oleh alat-alat indra ke bagian otak. Informasi tersebut dapat berasal dari lingkungan, organisme lainnya, atau dari diri sendiri.¹ Salah satu konteks komunikasi, yaitu komunikasi massa.

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media off mass communication* (media komunikasi massa). Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain, massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu, massa disini menunjuk kepada khalayak, *audiences*, penonton, pemirsa, atau pembaca.²

Komunikasi massa adalah suatu rangkaian aktivitas atau proses yang dimotori oleh komunikator yang secara professional menggunakan teknologi pembagi untuk menyebarluaskan pesan-pesan melintasi jarak/ruang untuk mempengaruhi audiens yang luas.³

¹ Dr. H. Syukriadi Sambas, M.Si, *Sosiologi Komunikasi*, CV. Pustaka Setia, Bandung: 2015, Cetakan pertama, hal. 95-96

² Nurudin, M.Si., *Pengantar Komunikasi Massa*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta: 2009, hal. 3-4

³ Prof. Dr. Ali Liliweri, M.S., *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta: 2011, Cetakan pertama, hal. 874

Menurut Cassandra (Mulyana, 2002) bahwa jika konteks komunikasi massa dibandingkan dengan konteks komunikasi lainnya, dapat dijelaskan bahwa komunikasi massa merupakan sebuah bentuk komunikasi yang memiliki jumlah komunikator yang paling banyak, derajat kedekatan fisik yang paling rendah, saluran indrawi yang tersedia sangat minimal, dan umpan balik yang tertunda.⁴

Definisi paling sederhana dari komunikasi massa diungkapkan oleh Bittner (1980) yang menyatakan bahwa komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.

Menurut perspektif lainnya, Dominick (1996) mengemukakan bahwa komunikasi massa merupakan sebuah organisasi kompleks yang dengan bantuan dari satu atau lebih mesin membuat dan menyebarkan pesan public yang ditujukan pada audiens berskala besar serta bersifat heterogen dan tersebar. Menurut Meletze, komunikasi massa dapat diartikan sebagai bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada populasi dari berbagai komunitas yang tersebar.⁵

Serupa dengan definisi komunikasi massa, karakteristik tentang komunikasi massa pun memiliki banyak versi dari para ahli komunikasi. Salah satunya adalah Elizabeth Noelle Neuman yang menyatakan empat tanda

⁴ Deddy Mulyana, *Komunikasi Lintas Budaya*, Remaja Rosdakarya, Bandung: 2010, hal. 71

⁵ Op. cit, Dr. H. Syukriadi Sambas, M.Si, hal. 97

pokok dalam komunikasi massa, yaitu komunikasi massa bersifat tidak langsung, komunikasi massa bersifat satu arah, komunikasi massa bersifat terbuka, dan memiliki public yang secara geografis tersebar.

Adapun ciri-ciri komunikasi massa lebih spesifik, antara lain adalah sebagai berikut:

a. Komunikator Bersifat Melembaga

Komunikator dalam komunikasi massa itu bukan satu orang, melainkan kumpulan orang atau gabungan antara berbagai macam unsur dan bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga. Komunikator dalam komunikasi massa adalah organisasi sosial yang mampu memproduksi pesan dan mengirimkannya secara serempak ke sejumlah khalayak yang banyak dan terpisah. Komunikator dalam media massa biasanya adalah media massa (surat kabar, televisi, stasiun radio, majalah dan penerbit buku).

b. Komunikasi Bersifat Anonim dan Heterogen

Komunikasi massa bersifat Heterogen adalah pengguna media itu beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial, tingkat ekonomi, latar belakang budaya, dan agama atau kepercayaan. Komunikasi massa tidak mengenal komunikan (Anonim) karena komunikasinya menggunakan media dan tatap muka.

c. Pesan Bersifat Umum

Pesan-pesan dalam komunikasi massa ditujukan kepada khalayak yang plural, atau tidak ditujukan kepada satu orang

atau satu kelompok masyarakat tertentu. Oleh karena itu, pesan yang dikemukakan tidak boleh bersifat khusus. Contohnya dalam pemilihan kata-katanya sebisa mungkin memakai kata-kata yang populer, bukan kata-kata ilmiah. Karena kata ilmiah hanya ditujukan untuk kelompok tertentu.

d. Komunikasi Berlangsung Satu Arah

Komunikator aktif menyampaikan pesan dan komunikan aktif menerima pesan, tetapi di antara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpribadi. Dengan demikian komunikasi massa bersifat satu arah.

e. Menimbulkan Keserempakan

Serempak disini berarti khalayak dapat menikmati media massa tersebut hamper bersamaan. Keserempakan media massa itu adalah kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

f. Mengandalkan Peralatan Teknis

Peralatan teknis adalah sebuah keniscayaan yang sangat dibutuhkan media massa agar proses pemancaran atau penyebaran pesannya dapat lebih cepat dan serentak kepada khalayak yang tersebar.

Alaxin S. Tan (1981) mencoba untuk memberikan sifat khusus yang dipunyai oleh komunikasi massa. Ia memberikan ciri komunikasi massa dengan membandingkannya dengan *interpersonal communication*. “Jika kita bisa membedakan komunikasi massa dengan *interpersonal communication*, kita akan mengetahui apa itu komunikasi massa,” katanya.

Ciri khusus yang bisa membedakan keduanya terletak pada penerima pesannya (*audience*). Di awal perkembangannya, definisi komunikasi massa sebagai sebuah studi ilmiah terletak pada *mass society* sebagai *audience* komunikasi. Konsep *mass society* ini memang istilah yang sering dipakai dalam lapangan sosiologi yang mendeskripsikan orang-orang dan institusi mereka dalam sebuah negara industri maju.⁶

Setelah penguraian ciri-ciri komunikasi massa, adapun karakteristik komunikasi massa adalah sebagai berikut:

- a) Sumber atau komunikator dari komunikasi massa merupakan sebuah organisasi terlembaga yang menentukan pesan yang akan disebar
- b) Pesan bersifat terbuka karena semua orang mendapat isi pesan yang sama
- c) Komunikasi tidak memiliki identitas (anonim), banyak, tersebar dan heterogen sehingga terpaan pesan dapat diapresiasi berbeda oleh tiap-tiap individu

⁶ Op.cit, Nurudin, M.Si., hal. 9-10

d) Proses umpan balik berjalan lambat dan sulit mendapatkan respons dari komunikator ⁷

Tujuan-tujuan teori komunikasi massa yang lebih spesifik adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menjelaskan pengaruh-pengaruh komunikasi massa
- 2) Untuk menjelaskan manfaat komunikasi massa yang digunakan oleh masyarakat
- 3) Untuk menjelaskan pembelajaran dari media massa
- 4) Untuk menjelaskan peran media massa dalam pembentukan pandangan-pandangan dan nilai-nilai masyarakat ⁸

Ada banyak pendapat yang dikemukakan untuk mengupas fungsi-fungsi komunikasi massa. Sama dengan definisi komunikasi massa, fungsi komunikasi massa juga mempunyai latar belakang dan tujuan yang berbeda satu sama lain. Dalam membicarakan fungsi-fungsi komunikasi massa, ada satu hal yang perlu disepakati terlebih dahulu. Ketika membicarakan fungsi komunikasi massa yang harus ada dalam benak kita adalah sedang membicarakan juga fungsi media massa. Karena komunikasi massa berarti komunikasi lewat media massa. Ini berarti bahwa komunikasi massa tidak akan ditemukan maknanya tanpa menyertakan media massa sebagai elemen terpenting dalam komunikasi

⁷ Ibid, hal. 99-101

⁸ Werner J. Severin, James W. Tankerd, Jr., *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, Kencana Prenadamedia Group, Jakarta: 2011, Cetakan kelima, hal. 13-14

massa. Sebab, tidak ada komunikasi massa tanpa ada media massa.

Fungsi komunikasi massa menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) antara lain:

- a) *To inform*, menginformasikan
- b) *To entertain*, memberi hiburan
- c) *To persuade*, membujuk
- d) *Transmission of the culture*, transmisi budaya

Kemudian, fungsi komunikasi massa menurut John Vivian dalam bukunya *The Media of Mass Communication* (1991) disebutkan adalah sebagai berikut:

- a) *Providing information*
- b) *Providing entertainment*
- c) *Helping to persuade*
- d) *Contributing to social cohesion* (mendorong kohesi sosial)

Ada pula fungsi komunikasi massa yang pernah dikemukakan oleh Harold D. Lasswell, yakni:

- a) *Surveillance of the environment* (fungsi pengawasan)
- b) *Correlation of the part of the society in responding to the environment* (fungsi korelasi)
- c) *Transmission of the social heritage from one generation to the next* (fungsi pewarisan sosial)

Sama seperti Lasswell, Charles Robert Wright (1988) menambahkan fungsi *entertainment* dalam fungsi komunikasi massa.⁹ Maka dari berbagai pendapat di atas, dapat

⁹ Op.cit, Nurudin, M.Si., hal. 64

disimpulkan bahwa fungsi-fungsi komunikasi massa adalah sebagai berikut:

- 1) Informasi
- 2) Hiburan
- 3) Persuasi
- 4) Transmisi budaya
- 5) Mendorong kohesi sosial
- 6) Pengawasan
- 7) Korelasi
- 8) Pewarisan sosial
- 9) Melawan kekuasaan dan kekuatan represif
- 10) Menggugat hubungan trikotomi ¹⁰

Dalam komunikasi massa kita membutuhkan *gatekeeper* (penapis informasi atau palang pintu) yakni beberapa individu atau kelompok yang bertugas menyampaikan atau mengirimkan informasi dari individu ke individu yang lain melalui media massa, seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, video tape, compact disk, dan buku.

Definisi yang dikemukakan oleh Bittner di atas menekankan akan arti pentingnya *gatekeeper* dalam proses komunikasi massa, yang intinya adalah dalam proses komunikasi massa di samping melibatkan unsur-unsur komunikasi sebagaimana umumnya, ia membutuhkan peran media massa sebagai alat untuk menyampaikan atau menyebarkan informasi. Media massa tidak berdiri sendiri, di dalamnya ada beberapa individu yang bertugas melakukan pengolahan informasi sebelum informasi itu sampai kepada

¹⁰ Ibid.

audience-nya. Maka yang bertugas sering disebut dengan *gatekeeper*. Jadi, informasi yang diterima *audience* dalam komunikasi massa sebenarnya sudah diolah oleh *gatekeeper* dan disesuaikan dengan misi, visi media yang bersangkutan, khalayak sasaran dan orientasi bisnis atau ideal yang menyertainya. Bahkan sering pula disesuaikan dengan kepentingan penanam modal atau aparat pemerintah yang tidak jarang ikut campur tangan dalam sebuah penerbitan.¹¹

Meskipun banyak perubahan yang terjadi di lingkungan media, pengaruh komunikasi massa masih menjadi masalah utama bagi para peneliti komunikasi massa dan ahli teori, sebagaimana halnya di abad 20. Sebagai contoh pada tahun 1950-an yang merupakan tahun emas bagi buku-buku komik telah ditandai dengan sebuah keprihatinan besar tentang kemungkinan pengaruh-pengaruh buruk dari buku-buku komik terhadap para pemuda. Kuatnya propaganda Perang Dunia I juga memunculkan kekhawatiran tentang pengaruh komunikasi massa.

Beberapa pemikiran terdahulu memberi kekuatan besar terhadap komunikasi massa untuk mempengaruhi audiensnya. Konseptualisasi pengaruh-pengaruh komunikasi massa semacam ini kadang-kadang dikenal sebagai teori peluru atau teori jarum suntik pengaruh komunikasi massa. Teori peluru (*hypodermic needle model*) yaitu teori lama tentang pengaruh komunikasi massa yang mengemukakan bahwa anggota audiens yang terpisah satu sama lain gampang menjadi target yang mudah dipengaruhi oleh pesan-pesan

¹¹ Loc. cit, Nuruddin, M.Si., hal. 7

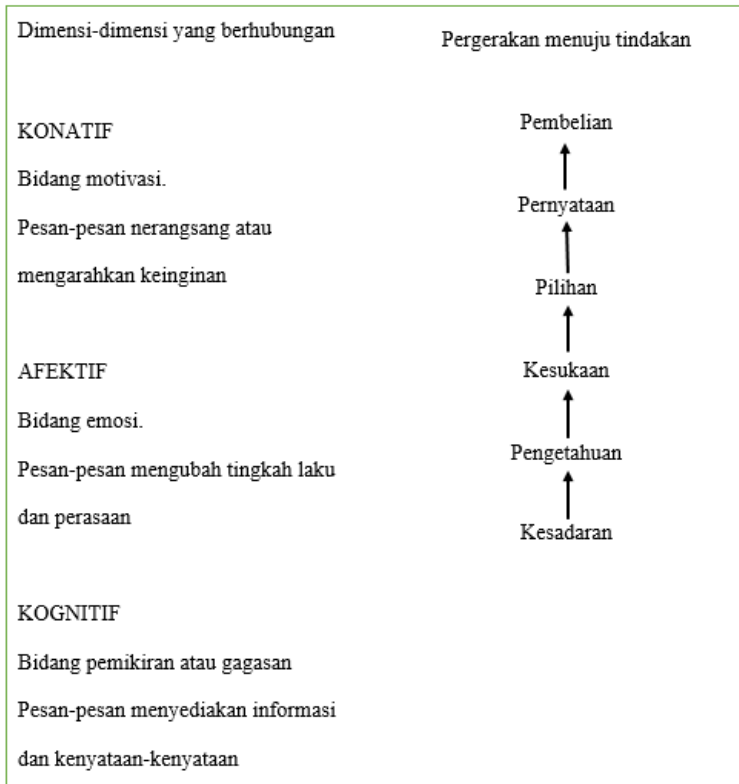
komunikasi massa. Dalam konseptualisasi ini, anggota audiens diisolasi antara satu dengan yang lain dan merupakan target-target yang rentan dan gampang dipengaruhi oleh pesan-pesan komunikasi massa. Salah satu contoh dari pemikiran teori peluru adalah sebuah ketakutan terhadap kekuatan propaganda yang cukup tersebar luas setelah Perang Dunia I.

Kita dapat memperoleh manfaat dengan menyusun jenis-jenis pengaruh dalam sejenis kerangka kerja atau skema. Sebuah bingkai kerja yang dikembangkan oleh Lavidge dan Steiner ini menyajikan enam langkah, masing-masing langkah harus disempurnakan sebelum satu langkah di atasnya dapat diselesaikan. Enam kelompok tersebut dikelompokkan ke dalam tiga dimensi atau kategori-kategori berikut: kognitif, afektif, dan konatif.

Kognitif berhubungan dengan pengetahuan kita tentang segala sesuatu, afektif berhubungan dengan sikap kita terhadap sesuatu dan konatif berhubungan dengan tingkah laku kita terhadap sesuatu. Beberapa praktisi media bias saja hanya tertarik terhadap sebagian porsi dari pengaruh-pengaruh yang dispesifikasikan dalam model (contoh) itu. Misalnya, seorang reporter, barangkali hanya tertarik untuk mencapai pengaruh-pengaruh kognitif. Pencipta sebuah iklan, sebaliknya mungkin akan tertarik untuk mencapai seluruh tingkatan enam langkah tersebut. Jadi sebenarnya, seorang penulis editorial menginginkan para pembacanya memberikan suaranya untuk seorang kandidat tertentu jika kita mengganti

kata *purchase* (pembelian) di dalam contoh itu dengan *vote* (suara).¹²

Model Bagas Pengaruh-pengaruh Komunikasi



Teori komunikasi massa saat ini sedang berubah dan memang butuh diperbaiki lebih jauh lagi, agar bias menyesuaikan dengan perubahan yang terjadi di media. Di antara perubahan yang terjadi secara nyata adalah sebagai berikut:

¹² Ibid, hal. 15-16

- 1) Adanya perhatian lebih besar terhadap penggunaan komunikasi massa daripada sebelumnya.
- 2) Adanya pergeseran menuju ilmu kognitif atau pendekatan pada proses informasi. Dan ini melibatkan tiga aspek:
 - a. Pergeseran pada variable bebas dari variable persuasi (contoh, kredibilitas sumber) ke konsep seperti sebuah wacana dan penyusunan.
 - b. Perubahan variable terikat dari sikap menuju aspek kognitif
 - c. Pergeseran penekanan dari perubahan sebagai hasil komunikasi ke restrukturisasi.

Secara umum, perubahan teknologi komunikasi yang pesat memaksa peneliti agar mencoba memformulasikan teori komunikasi yang melebihi rincian media atau teknologi yang spesifik. Sebagai contoh, kita mungkin harus menghindari penyusunan teori yang didasarkan pada tingkat frekuensi bacaan Koran atau tontonan televisive, dan sebaiknya memformulasikan atas dasar variable-variabel kebutuhan informasi tentang masalah umum, kebutuhan akan panduan, tingkat pengendalian oleh pengguna, dan seterusnya. Jika demikian, kita akan membuat pergeseran dari apa yang dikatakan oleh ahli sosiologi Jerald Hage non-variabel khusus ke variable umum.

Rogers mengatakan bahwa dampak sosial terpenting yang ditimbulkan oleh teknologi komunikasi baru adalah pengangsuran, semakin dalamnya jurang informasi yang memisahkan antara si kaya dan si miskin, meningkatnya ketidakadilan *gender* dalam penggunaan media, informasi

secara berlebihan, meingkatkannya pelecehan privasi, desentralisasi kekuatan dalam masyarakat, dan segmentasi audiens media massa.¹³

Berikut beberapa teori dalam komunikasi massa yang akan dibahas, yaitu teori kritis, teori agenda setting dan teori media massa.

A. Teori Kritis

Teori media kritis akarnya beraasal dari aliran ilmu-ilmu kritis yang bersumber pada ilmu sosial Marxis. Beberapa tokoh yang memelopornya antara lain Karl Marx, Engels (pemikiran klasik), George Lukacs, Korsch, Gramsci, Guevara, Regis, Debay, T. Adorno, Horkheimer, Marcuse, Habermas, Altrusser, Johan Galtung, Cardoso, Dos Santos, Paul Baran Samir Amin, Hamza Alavi (pemikiran modern). Ilmu ini juga disebut dengan *emancipatory sciences* (cabang ilmu sosial yang berjuang untuk mendobrak *status quo* dan membebaskan manusia, khususnya rakyat miskin dan kecil dari *status quo* dan struktur sistem yang menindas).

Beberapa teori studi budaya (*cultural studies*) dan ekonomi politik juga bisa dikaitkan dengan teori kritis. Sebab, teori kritis itu secara terbuka menekankan perlunya evaluasi dan kritik terhadap *status quo*. Teori kritis membangun pertanyaan dan menyediakan alternatif jalan untuk menginterpretasikan hukum sosial media massa. Teori kritis sering menyediakan penjelasan yang kompleks pada kecenderungan media untuk secara konsisten mengerjakan

¹³ Ibid, hal. 16-17

itu. Sebagai contoh, beberapa penganjur teori kritis mengidentifikasi ketidakbebasan para praktisi media yang membatasi kemampuannya untuk melawan kekuasaan yang mapan. Mereka menilai bahwa ada beberapa dorongan untuk menyokong para profesionalis media untuk menanggulangi ketidakbebasan itu dan para praktisi media secara terus-menerus gagal untuk menjawabnya.¹⁴

Bisa dikatakan bahwa teori media kritis ini sebisa mungkin mendorong perubahan secara terus-menerus. Hegemoni pemilik modal sudah saatnya dihilangkan dengan “perlawanan”. Sebab, pemilik modal biasanya akan mementingkan *safety first* bisnis media massanya. Artinya jika kebijakan media mengancam “kemarahan” pemerintah yang gakhirnya mengancam bisnis medianya harus dilawan. Teori media kritis merupakan alternatif baru dalam usaha memahami seluk-beluk media dan bagaimana media itu harus selalu bersikap untuk tidak mengukuhkan *status quo*.

Menurut perspektif teori ini, media tidak boleh hanya memberitakan fakta atau kejadian yang justru memperkuat *status quo*. Media harus terus mengkritisi setiap ketidakadilan yang ada di sekitarnya. Hal ini juga berarti, media tidak boleh tunduk pada pemilik modal yang kadang ikut hegemoni isi medianya. Termasuk di sini, media harus peka terhadap persoalan ketidakadilan, ketertindasan yang dilakukan pemerintahnya. Media harus terus mengkritisi dan melawan

¹⁴ Loc.cit, Nurudin, M.Si., hal. 199-200

segala bentuk hegemoni dan kekuasaan yang hanya berada di tangan penguasa.¹⁵

Dalam beberapa tahun terakhir, kajian tentang komunikasi ditandai dengan dua pendekatan yang bertentangan, yaitu kelompok empiris dan kelompok kritis. **Kelompok empiris** ditandai dengan penelitian kuantitatif dan empirisme (mendasarkan pengetahuan pada observasi dan percobaan). Mereka sering focus pada pengaruh komunikasi massa, sedangkan konteks budaya yang lebih luas tempat komunikasi massa itu terjadi tidak dipedulikan. **Kelompok kritis** menggunakan pendekatan yang lebih filosofis, menekankan pada struktur social yang lebih luas dimana komunikasi massa itu terjadi, dan focus pada isu siapa mengontrol suatu system komunikasi. Bahkan beberapa ahli teori kritis, meskipun tidak semuanya, berorientasi pada Marxisme.

Riset administratif mengacu pada riset sebagai pelayan institusi-intitusi media. Pada dasarnya identic dengan riset empiris menurut kategori Roger. Banyak dari riset Lazarsfeld sendiri masuk dalam kategori ini. Riset kritis berkembang dari pendekatan Marxist pada penelitian masyarakat tapi menggeser penekanannya dari konflik golongan ke peran dominasi dalam masyarakat. Lazarsfield menyebutkan Theodor W. Adono yang melakukan penelitian pada tahun 1940an terhadap music di radio, sebagai ahli teori kritik terkemuka.

¹⁵ Ibid, hal. 201-202

Ahli teori kritis cenderung mengkritik para peneliti empiris karena mereka secara tidak tepat menerapkan metode ilmu fisika pada manusia dan masyarakat, karena focus penelitian mereka yang terlalu sempit, dan karena pengabaian adanya kepentingan yang besar terhadap kepemilikan serta pengendalian media. Periset empiris cenderung menyerang para ahli teori kritis karena membuat kesimpulan tanpa disertai bukti-bukti, karena mengganti argumentasi dengan ilmu pengetahuan, dan karena pengulangan beberapa ide dasar secara terus menerus dan tanpa menambah pengetahuan baru. De Fleur selama ini menyalahkan pergeseran kajian ke arah kajian qualitative dan teori kritis sebagai penyebab kemunduran teoritis yang signifikan.

Pendekatan komunikasi massa lainnya adalah pendekatan kajian budaya. Seorang sarjana pengkaji budaya sependapat dengan teori kritis dan menyangkal pendekatan teori yang dipakai oleh kelompok empiris. Pakar teori budaya mengkaji lingkungan simbolik yang diciptakan oleh media massa dan mempelajari peranan media massa pada sector budaya dan kemasyarakatan. Seorang sarjana komunikasi, James Carey (1989), menggunakan pendekatan kajian budaya untuk memberikan kritik tajam pada banyak penelitian tentang komunikasi massa. Pakar ini berpendapat bahwa penelitian tentang komunikasi massa telah didominasi oleh model transmisi komunikasi, di mana komunikasi dipandang sebagai “pengiriman sinyal atau pesan ke tempat yang jauh dengan tujuan pengendalian”. Ia menawarkan sebuah model pengganti, yang ia sebut *pandangan ritual* pada komunikasi.

Pendapat ini “diarahkan tidak pada ekstensi pesan di udara tetapi pada masa pemeliharaan masyarakat, bukan pada penyampaian informasi tetapi pada representasi kepercayaan bersama”. Dari pendapat ritual komunikasi, menurut Carey perilaku membaca Koran tidak dimaksudkan untuk mengirim dan memperoleh informasi dan lebih diartikan sebagai menghadiri ibadah keagamaan, sebuah situasi di mana suatu pandangan tertentu tentang dunia dilukiskan dan diperkuat.¹⁶

Perubahan di lingkungan media memberikan permasalahan baru bagi para teoritis. Terdapat tiga pendekatan yang mungkin berguna untuk mengembangkan teori untuk menanggapi komunikasi *cyberspace* ini:

- a. Pusatkan perhatian pada konsep teoritis utama yang berkaitan dengan media baru.

Konsep ini termasuk interaktivitas, multimedia, hiperteks, hyperlink, konvergensi media, informasi digital dan yang lainnya. Konsep ini masih butuh klarifikasi dan penjelasan sebelum bisa digunakan secara efektif dalam teori. Di samping itu, masih ada konsep lain yang harus dikembangkan.

- b. Pelajari bagaimana teori yang ada bias diterapkan pada lingkungan komunikasi baru.

Misalnya, apakah teori pengolahan dan penentuan agenda berfungsi secara sama di *cyberspace* dengan media massa tradisional (tanda Tanya) Sejauh mana teori itu perlu dimodifikasi berkaitan dengan format komunikasi baru (tanda tanya)

¹⁶ Ibid, hal. 18-19

- c. Kembangkan teori-teori baru dan pendekatan riset baru untuk menanggapi media baru ini.

Contoh jenis teori baru ini adalah teori media morfosis yang dikemukakan oleh Roger Fidler yang berusaha menjelaskan pengaruh media baru terhadap media yang sudah ada (lama).¹⁷

Bidang komunikasi sekarang ini sedang mengalami perubahan besar. Karena media teknologi baru yang memberi lebih banyak kemudahan bagi pengguna, konsep dasar komunikasi massa mengalami perubahan. Teori komunikasi massa butuh penyesuaian dan beradaptasi berkaitan dengan perubahan-perubahan itu. Teori-teori yang sudah ada mungkin masih bias dipakai, tetapi yang lain mungkin memerlukan modifikasi untuk menyesuaikan dengan lingkungan baru itu.¹⁸

Teori kritis media tidak mudah untuk diwujudkan. Alasannya, *mainstream* pemikiran masyarakat kita masih didominasi oleh ilmu sosial liberal yang disebut dengan *repressive sciences* (cabang ilmu sosial yang melegitimasi *status quo* dan struktur penindasan lewat dominasi, control, dan pengendalian terhadap sistem). Aliran teori ini sangat dipengaruhi oleh ajaran fungsionalisme yang memandang masyarakat sebagai wujud dan konsesus nilai dengan menekankan stabilitas dan keseimbangan.¹⁹

¹⁷ Ibid, hal. 19

¹⁸ Ibid, hal. 20

¹⁹ Op. cit, Nurudin, M.Si., hal. 202-203

B. Teori Agenda Setting

Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw adalah orang yang pertama kali memperkenalkan teori agenda setting ini. Teori ini muncul sekitar tahun 1973 dengan publikasi pertamanya yang berjudul “*The Agenda Setting Function of The Mass Media*” *Public Opinion Quarterly* No. 37.

Ketika diadakan penelitian tentang pemilihan Presiden Amerika Serikat pada tahun 1968 ditemukan hubungan yang tinggi antara penekanan berita dengan bagaimana berita itu dinilai tingkatannya oleh pemilih. Meningkatnya nilai penting suatu topik berita pada media massa menyebabkan meningkatnya nilai penting topik tersebut bagi khalayaknya.

Secara singkat teori penyusunan agenda ini mengatakan media (khususnya media berita) tidak selalu berhasil memberitahu apa yang kita pikir, tetapi media tersebut benar-benar berhasil memberitahu kita berpikir tentang apa. Media massa selalu mengarahkan kita pada apa yang harus kita lakukan. Media memberikan agenda-agenda melalui pemberitaannya, sedangkan masyarakat akan mengikutinya.²⁰ Menurut asumsi teori ini media mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu. Media mengatakan pada kita apa yang penting dan apa yang tidak penting. Media pun mengatur apa yang harus kita lihat, tokoh siapa yang kita dukung.

Dengan kata lain, agenda media akan menjadi agenda masyarakatnya. Jika pemberitahuan media massa tentang

²⁰ Loc.cit, Nurudin, M.Si., hal. 195

kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) yang kontroversial, yang menjadi bahan pembicaraan masyarakat adalah tentang kenaikan harga BBM itu. Sebenarnya, media mengarahkan kita untuk memusatkan perhatian pada subjek tertentu yang diberitakan media. Ini artinya, media massa menentukan agenda kita.²¹

Mengikuti pendapat Chaffed an Berger (1997) ada beberapa catatan yang perlu dikemukakan untuk memperjelas teori ini, yaitu:

- a) Teori itu mempunyai kekuatan penjelas untuk menerangkan mengapa orang sama-sama menganggap penting suatu isu
- b) Teori itu mempunyai kekuatan memprediksikan sebab memprediksi bahwa jika orang-orang mengekspos pada satu media yang sama, mereka akan merasa isu yang sama tersebut penting
- c) Teori itu dapat dibuktikan salah jika orang-orang tidak mengekspos media yang sama maka mereka tidak mempunyai kesamaan bahwa isu media itu penting.²²

Sementara itu, Stephen W. Littlejohn.(1992) pernah mengatakan, agenda setting ini beroperasi dalam tiga bagian sebagai berikut:

- a) Agenda media itu sendiri harus diformat.
Proses ini akan memunculkan masalah bagaimana agenda media itu terjadi pada waktu pertama kali

²¹ Ibid, hal. 196

²² Ibid, hal. 197

- b) Agenda media dalam banyak hal memengaruhi atau berinteraksi dengan agenda public atau kepentingan isu tertentu bagi publik.

Pernyataan ini memunculkan pertanyaan, seberapa besar kekuatan media mampu memengaruhi agenda public dan bagaimana public itu melakukannya

- c) Agenda publik memengaruhi atau berinteraksi ke dalam agenda kebijakan.

Agenda kebijakan adalah pembuatan kebijakan public yang dianggap penting bagi individu²³

Dengan demikian, agenda setting ini memprediksikan bahwa agenda media memengaruhi agenda publik, sementara agenda publik sendiri akhirnya memengaruhi agenda kebijakan.

Untuk lebih memperjelas tiga agenda (agenda media, agenda khalayak dan agenda kebijakan) dalam teori agenda setting ini, ada beberapa dimensi yang berkaitan seperti yang dikemukakan oleh Mannheim (Severin dan Tankard Jr, 1992) sebagai berikut:

1) Agenda Media, terdiri dari dimensi-dimensi berikut:

- a. *Visibility* (visibilitas), yakni jumlah dan tingkat menonjolnya berita
- b. *Audience salience* (tingkat menonjol bagi khalayak), yakni relevansi isis berita dengan kebutuhan khalayak

²³ Ibid, hal. 197-198

c. *Valence* (valensi), yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa

2) **Agenda Khalayak**, terdiri dari dimensi-dimensi berikut:

a. *Familiarity* (keakraban), yaitu derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu

b. *Personal Salience* ((penonjolan pribadi), yaitu relevansi kepentingan individu dengan ciri pribadi.

c. *Favorability* (kesenangan), yakni pertimbangan senang atau tidak senang akan topik berita

3) **Agenda Kebijakan**, terdiri dari dimensi-dimensi berikut:

a. *Support* (dukungan), yakni kegiatan menyengkan bagi posisi suatu berita tertentu

b. *Likelihood of action* (kemungkinan kegiatan), yakni kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan

c. *Freedom of action* (kebebasan bertindak), yakni nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah.²⁴

Efek dari agenda setting ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

a. Kredibilitas media

b. Nilai-nilai individu terhadap media

c. Kebutuhan public terhadap media

Menurut Karen Stune dan Oleborre, berdasarkan studi agenda setting pemilu di Denmark, ada 3 efek media setting, yaitu:

²⁴ Ibid, hal. 198-199

- a. *Representation*: tingkat di mana media merefleksikan agenda public. Dalam hal ini public yang mempengaruhi media
- b. *Persustance*: tingkat di mana media mempunyai efek yang kecil terhadap public
- c. *Persuasion*: Media mempengaruhi public, sebagaimana yang diprediksikan teori agenda setting.²⁵

Teori ini mengakui bahwa media memberi pengaruh terhadap khalayak dalam pemilihan presiden melalui penayangan berita, isu, citra, maupun penampilan kandidat itu sendiri. Becker & McLeod (1976) dan Iyenger & Kinder (1987) mengakui bahwa meningkatnya penonjolan atas isu yang berbeda bisa memberikan pengaruh yang signifikan terhadap opini publik.

Dengan menonjolkan isu, citra dan karakteristik tertentu kandidat, media ikut memberikan sumbangan yang signifikan dalam melakukan konstruksi persepsi public dalam pengambilan keputusan, apakah akan ikut memilih, dan siapa yang akan dipilih. McComb mencontohkan bahwa dalam kondisi tertentu masyarakat biasanya bersifat vakum dan statis. Dalam kondisi seperti ini media bisa tampil untuk mengambil keputusan dengan mengekspose masalah-masalah yang perlu dipikirkan oleh masyarakat. Misalnya bagaimana media menggairahkan orang agar tertarik menggunakan hak pilihnya dalam pemilu. Media tidak saja tergantung pada berita kejadian (*news event*), tetapi ia memiliki tanggung jawab untuk menggiring orang melalui agenda-agenda yang

²⁵ Loc. Cit, H. Syaiful Rohim, M.Si., hal. 177

bisa membuka pikiran mereka. Seperti yang dikatakan McComb “*The mass media may not be successful in telling people what to think, but the media are stunningly successful in telling their audience what to think about.*”²⁶

Mengenai model hubungan antara isu, perhatian media dan persepsi publik tentang agenda setting dapat dilihat pada gambar berikut:

Model Agenda Setting

Issues	Different Media Attention	Consequent Public Perception of Issues
X ₁	[Bar chart: X1 has the highest bar]	X₁
X ₂	[Bar chart: X2 has a medium bar]	X₂
X ₃	[Bar chart: X3 has a low bar]	X₃
X ₄	[Bar chart: X4 has a high bar]	X₄
X ₅	[Bar chart: X5 has a very low bar]	X₅
X ₆	[Bar chart: X6 has a high bar]	X₆

Dari model di atas dapat dijelaskan bahwa sebuah isu yang dianggap penting di mana media memberi perhatian yang besar akan menimbulkan perhatian yang besar pula bagi khalayak (X1), sebaliknya jika suatu isu dinilai oleh media

²⁶ Prof. Hafied Cangara, M.Sc., Ph.D., *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta: 2011, Cetakan ketiga, hal. 101

kurang menarik, maka dengan sendirinya isu itu akan kurang menarik bagi khalayak (X5).

Di Indonesia, beberapa surat kabar memiliki kelebihan dalam mengetengahkan isu-isu tertentu (agenda media) lewat tajuk rencana (editorial), berita utama (headline), artikel yang khusus dibuat untuk itu, serta berita-berita hasil wawancara (*talking news*) dari narasumber yang kompeten. Untuk media televisi agenda setting ini biasanya dilakukan dalam bentuk *talkshow* dengan mengundang narasumber yang kompeten, misalnya isu kenaikan bahan bakar minyak (BBM), penanggulangan tingginya angka pengangguran, penyederhanaan jumlah partai politik peserta pemilu, dan lain-lain.

Para redaktur media memiliki ketajaman untuk mengangkat isu-isu yang perlu dibicarakan oleh masyarakat maupun pemerintah. Isu-isu itu tidak hanya muncul dari anggota redaksi sendiri, namun para pengelola media biasanya memiliki kelompok pemikir (narasumber) yang dapat dihubungi setiap saat untuk memberi ulasan. Karena itu penerbit biasanya memiliki penulis tajuk atau artikel yang berbeda menurut bidang keahlian masing-masing. Isu yang tadinya hanya sebagai agendamedia bergulir di masyarakat menjadi agenda khalayak. Dan jika hal itu dibaca dan didiskusikan oleh para pengambil keputusan, baik di kalangan menteri, anggota parlemen atau departemen terkait untuk mencari jalan keluar (*solution*), maka pada akhirnya menjadi agenda kebijakan.²⁷

²⁷ Ibid, hal. 101-102

C. Teori Media dan Masyarakat

Dalam kegiatan komunikasi masyarakat, terdapat dua bentuk jenis dari komunikasi, yaitu komunikasi langsung dan komunikasi massa.

Komunikasi langsung merupakan komunikasi dengan tatap muka, baik antarindividu, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok, atau kelompok dengan masyarakat. Komunikasi secara langsung juga dapat dilakukan dalam jarak yang berjauhan, yaitu menggunakan telepon. Adapula komunikasi langsung jarak jauh secara tertulis, yaitu dengan surat atau dengan menggunakan faksimili.

Sementara komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Komunikasi ini dapat disebut juga dengan komunikasi media ataupun komunikasi media massa.²⁸

Proses komunikasi adalah proses pemindahan (transmisi), atau penyampaian ide, gagasan, informasi, dan sebagainya dari seseorang (sender, komunikator, atau sumber) kepada seseorang yang lain (receiver atau komunikan). Proses komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila terjadi kesamaan makna. Sebaliknya, komunikasi menjadi gagal apabila keduanya tidak ada kesamaan makna atas apa yang dipertukarkan atau dikomunikasikan.

²⁸ Loc.cit, Dr. H. Syukriadi Sambas, M.Si., hal. 132

Menurut Effendy (1999), proses komunikasi dalam masyarakat dapat dibedakan atas dua tahap, yaitu proses komunikasi secara primer dan proses komunikasi secara sekunder.

Proses komunikasi secara primer, yaitu proses penyampaian pikiran dan perasaan dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambing atau simbol sebagai media. Lambing sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial (*gesture*), isyarat, gambar, warna, dan sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan/atau perasaan komunikator kepada komunikan. Dengan demikian, jelaslah bahwa pikiran dan/atau perasaan seseorang akan diketahui dampaknya kepada orang lain apabila ditransmisikan dengan menggunakan media primer tersebut, yaitu lambang-lambang. Dengan kata lain, pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri atas isi dan lambang.²⁹

Sementara proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang media pertama. Proses komunikasi secara sekunder menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (*mass media*) dan media nirmassa atau media nonmassa (*non-mass media*). Media massa contohnya adalah surat kabar, radio siaran, televisi siaran, dan film yang diputar di gedung bioskop yang

²⁹ Ibid, hal. 141-142

memiliki ciri-ciri tertentu, antara lain ciri massive dan ciri massal yang tertuju kepada sejumlah orang yang relatif sangat banyak. Adapun media nirmassa atau media nonmassa, seperti surat, telepon, poster, spanduk, papan pengumuman, bulletin, folder, majalah organisasi, radio amatir atau radio CB (*citizen band*), televisi siaran sekitar (*closed circuit television*), dan film documenter yang tertuju kepada satu orang atau sejumlah orang yang relative sedikit.³⁰

1. Komunikasi Media

Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) untuk menghubungkan komunikator dengan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal jauh, sangat heterogen, dan menimbulkan efek-efek tertentu.³¹

Salah satu penghubung komunikasi antara komunikator dengan komunikan adalah media massa. Media massa merupakan istilah yang digunakan untuk mempertegas kehadiran suatu kelas, seksi media yang dirancang sedemikian rupa agar dapat digunakan untuk mencapai audiens yang sangat besar dan luas³². Pengertian media massa ini makin luas penggunaannya sehubungan dengan lahirnya percetakan oleh Guttenberg di abad pertengahan dan disusul oleh penemuan radio yang melintasi lautan Atlantik pada tahun 1920, dan terakhir dengan perkembangan jaringan

³⁰ Ibid, hal. 142-143

³¹ Loc. Cit, Prof. Dr. Alo Liliweri, M.S., hal. 874

³² Yang dimaksudkan dengan besar dan luas adalah seluruh penduduk dari suatu bangsa atau negara

radio, televisi, meluasnya sirkulasi surat kabar dan majalah serta internet yang berhubungan dengan massa.

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audiences* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa disbanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas.³³

Secara tak sengaja memang media massa yang menjerap audiens sekaligus membuat masyarakat membentuk masyarakat massa (*mass society*) dengan karakteristik budaya tertentu, yakni budaya massa (*mass culture, mass popular*). Lantaran adanya masyarakat massa dengan budaya massa itulah media massa sering mengabaikan keberadaan individu dalam masyarakat yang dianggap hanya sebagai “atomisasi” yang tidak mempunyai koneksi sosial di antara anggota massa. Kelompok “mengambang” inilah yang tak mempunyai karakter tertentu sehingga mudah dijadikan sebagai sasaran tembak media massa modern melalui teknik periklanan dan propaganda.

Kini dengan kemajuan teknologi komunikasi, semakin banyak orang menggantungkan hidup pada media sehingga teknologi media sangat mempengaruhi audiens, misalnya dalam teori *technological determinism* yang diperkenalkan oleh Marshall McLuhan (1911-1980). Kata teori ini, keyakinan bahwa pengembangan teknologi sangat

³³ Loc.cit, Nurudin, M.Si., hal.. 9

menentukan perubahan sosial dan kultural, karena teknologi ini menerpa kita dari segala penjuru. Media seolah mendorong rasio dari perasaan kita untuk bagaimana mengalami dunia.

Marshall McLuhan membagi dua jenis media dalam suatu kategori yang bersifat *binary* yang disebut “hot media” dan “cool media” yang kalau diletakkan di atas skala, maka ada dikotomi di antara media-media tersebut. Ia mengatakan dalam bukunya yang berjudul *Understanding Media* bahwa kita dapat membagi media berdasarkan tingkat pengaruhnya terhadap audiens, dan tingkat partisipasi audiens terhadap media. Karena itulah maka audiens memilih media yang paling mereka sukai, McLuhan membagi dua tipe media, yaitu:

a. Hot Media

Adalah media yang mempunyai pengaruh sangat besar terhadap manusia melalui persepsi sensorisnya, bahkan hanya menggunakan satu sensoris atau sensoris tunggal saja seperti melalui cahaya/mata dan suara/telinga.

Pada media ini selalu melibatkan sensoris tunggal tanpa mempertimbangkan stimulus. Jenis media ini selalu berisi sejumlah informasi yang sangat perinci sehingga audiens harus meningkatkan konsentrasinya untuk mengakses pesan bagi keperluan mereka.

b. Cool Media

Adalah jenis media yang selalu melibatkan lebih sedikit stimulus. Ketika audiens mengakses media ini, maka mereka harus berusaha lebih aktif untuk berpartisipasi misalnya dengan memanfaatkan semua sensoris secara serentak agar dapat memahami semua informasi yang mereka terima. Jenis *cool media* antara lain televisi, forum seminar, film kartun, telepon, karikatur.³⁴

Menurut Bungin (2006), komunikasi massa sebagai sistem sosial memiliki komponen-komponen penting, sebagai berikut:

- a) Narasumber sebagai sumber informasi bagi media massa
- b) Publik yang mengonsumsi media massa
- c) Media massa meliputi: organisasi, sumber daya manusia, fasilitas produksi, distribusi, kebijakan yang ditempuh, ideologi yang diperjuangkan, dan sebagainya
- d) Aturan hukum perundang-undangan, norma-norma dan nilai-nilai, serta kode etik yang mengatur pelaksanaan semua *stakeholder* dan komunikasi massa
- e) Institusi samping yang tumbuh untuk memberikan kontribusi terhadap kegiatan berkomunikasi massa, seperti percetakan, periklanan, badan sensor, dan sebagainya
- f) Pihak-pihak yang mengendalikan berlangsungnya komunikasi massa, permodalan, penguasa, kekuatan politik, ataupun kelompok kepentingan

³⁴ Ibid, hal. 874-875

g) Unsur-unsur penunjang lainnya yang memungkinkan berlangsungnya kegiatan komunikasi massa.³⁵

Sementara dalam prosesnya, komunikasi media massa menurut McQuail (1992), tampak berproses sebagai berikut:

- a) Melakukan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala besar
- b) Proses komunikasi massa juga dilakukan melalui satu arah, yaitu dari komunikator ke komunikan
- c) Proses komunikasi massa berlangsung secara asimetris di antara komunikator dan komunikan, sehingga komunikasi di antara mereka berlangsung datar dan bersifat sementara
- d) Proses komunikasi massa juga berlangsung impersonal (non-pribadi) dan tanpa nama
- e) Proses komunikasi juga berlangsung berdasarkan hubungan kebutuhan di masyarakat.³⁶

Khalayak memiliki sifat-sifat sebagaimana yang ada pada konsep massa, tetapi lebih spesifik teragregat pada suatu media massa. Jadi, sifat dari audien massa adalah sebagai berikut:

- a) Terdiri atas jumlah yang besar
- b) Pemberitaan media massa dapat ditangkap oleh masyarakat dari berbagai tempat, sehingga audiens massa tersebar dimana-mana, terpencar, dan tidak mengelompok di wilayah tertentu.
- c) Audiensi massa memiliki pilihan berinteraksi atau tidak berinteraksi dengan media massa

³⁵ Loc.cit, Dr. H. Syukriadi Sambas, M.Si., hal. 133

³⁶ Ibid, hal. 133

- d) Terdiri atas berbagai lapisan masyarakat yang sangat heterogen dan sulit dikelompokkan
- e) Tidak terorganisasi dan bergerak sendiri. Karena sifatnya yang besar, audiensi massa sulit diorganisasikan dan akhirnya bergerak sendiri-sendiri.³⁷

Komunikasi massa berproses pada level budaya massa sehingga sifat-sifat komunikasi massa sangat dipengaruhi oleh budaya massa yang berkembang di masyarakat tempat proses komunikasi itu berlangsung. Dengan demikian, budaya massa dalam komunikasi massa memiliki karakter sebagai berikut:

- a) Non-tradisional, yaitu umumnya berkaitan erat dengan budaya populer
- b) Budaya massa juga bersifat merakyat, tersebar di basis massa sehingga tidak mengrucut di tingkat elite
- c) Budaya massa memproduksi produk-produk massa
- d) Budaya massa sangat berhubungan dengan budaya populer sebagai sumber budaya massa
- e) Budaya massa yang diproduksi oleh media massa menggunakan biaya yang cukup besar
- f) Budaya massa diproduksi secara eksklusif menggunakan symbol-simbol keras sosial sehingga terkesan diperuntukkan kepada masyarakat modern yang homogeny, terbatas, dan tertutup.³⁸

³⁷ Ibid, hal. 134

³⁸ Ibid, hal. 134-135

Komunikasi massa merupakan salah satu aktivitas sosial yang memiliki banyak fungsi. Robert K. Merton mengemukakan bahwa fungsi aktivitas sosial memiliki dua aspek, yaitu fungsi nyata dan fungsi tidak nyata. Fungsi nyata (*manifest function*) yakni fungsi nyata yang diinginkan. Sementara fungsi tidak nyata (*latent function*) yaitu fungsi yang tidak diinginkan.

Sebagai aktivitas sosial masyarakat, komunikasi media massa memiliki fungsi sebagai berikut: ³⁹

- a. Pengawasan
- b. Social Learning
- c. Penyampaian Informasi
- d. Transformasi Budaya
- e. Hiburan

Seiring dengan perkembangan media massa, tidak dapat dielakkan terjadi juga beberapa pergeseran atau perubahan dalam teori komunikasi massa. Perubahan ini akan terus terjadi karena mengikuti perkembangan media yang kian pesat. Terdapat beberapa perubahan teori komunikasi massa sebagai berikut:

- a) Terdapat lebih banyak perhatian atau penekanan akan penggunaan media massa dari masa sebelumnya.
- b) Ada pergeseran dalam pendekatan komunikasi perspektif kognitivistik atau teori berkaitan dengan proses informasi. Setidaknya tercakup dalam tiga aspek berikut:
 - Pergeseran dalam variabel independen dari yang semula berupa variabel persuasi (misalnya kredibilitas

³⁹ Ibid, hal. 135-137

sumber) menjadi konsep-konsep semacam “wacana” (misalnya sifat dari bahasa yang digunakan) dan “framing” (misalnya cara sebuah peristiwa dikemas dan disajikan dalam media)

- Perubahan dalam dependen variabelnya, dari variable sikap menuju variabel kognitif/pengetahuan
- Perubahan dalam penekanan dari yang semula diakibatkan oleh kekuatan komunikasi menuju konstruksi ulang (misalnya perubahan cara pandang kita atau dikenal dengan pendekatan konstruksi sosial atas realita)

Perkembangan pesat teknologi komunikasi mau tidak mau mengharuskan peneliti untuk mencari formulasi teori komunikasi baru yang bisa mewadahi konsep sejalan dengan sifat media atau teknologi yang ada. Selain itu, para pengkaji media juga harus mengubah penekanan studi terkait “efek” dengan memusatkan perhatian “dampak sosial komunikasi”. Rogers (1989) menyarankan beberapa dampak sosial yang penting dari adanya teknologi komunikasi, misalnya bertambahnya pengangguran, bertambahnya jurang informasi antara si kaya dan si miskin, meningkatnya ketidaksetaraan gender dalam kaitannya dengan akses media, peluberan informasi, makin berkurangnya privasi, desentralisasi kekuasaan dalam masyarakat, dan segmentasi audiens media massa.⁴⁰

⁴⁰ Ibid, hal. 173-174

2. Komunikasi Masyarakat

Memasuki komunikasi dalam masyarakat, berbagai proses komunikasi dalam masyarakat berkaitan dengan struktur dan lapisan (layer) ataupun ragam budaya dan proses sosial yang ada di masyarakat tersebut, serta bergantung pula pada adanya pengaruh dan khalayaknya, baik secara individu, kelompok, maupun masyarakat luas. Adapun substansi bentuk atau wujud komunikasi ditentukan oleh individu.

Terdapat beberapa pengertian masyarakat menurut para ilmuwan. Menurut Ralph Linton, masyarakat adalah sekelompok manusia yang hidup dan bekerja bersama cukup lama sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sesuai dengan batas-batas yang dirumuskan dengan jelas.

Menurut Selo Soemardjan, ia menyatakan bahwa masyarakat adalah orang-orang yang hidup bersama, yang menghasilkan kebudayaan. Pengertian manusia yang hidup bersama dalam ilmu sosial tidak mutlak jumlahnya, bisa dua orang, atau lebih, tetapi minimal dua orang.⁴¹

Sistem komunikasi yang terjadi di lingkungan masyarakat terjadi dalam beberapa bentuk. Pada awalnya masyarakat menggunakan media komunikasi secara langsung dengan bertatap muka, kemudian dengan tulisan untuk komunikasi jarak jauh. Sistem komunikasi dengan radio juga digunakan masyarakat, terutama untuk mendengar suatu kejadian atau informasi penting.

⁴¹ Ibid, hal. 127

Kini, karena sudah adanya jaringan sebagai saluran yang dapat menyampaikan informasi, masyarakat dapat berkomunikasi dengan media telekomunikasi atau telepon seluler dan menggunakan internet.

Proses komunikasi di masyarakat tetap secara langsung, tetapi media yang digunakan beralih dengan memanfaatkan teknologi. Penggunaannya terutama untuk komunikasi jarak jauh dengan keluarga atau kekerabatan. Hal yang penting adalah bagaimana teknologi informasi bermanfaat untuk kemajuan masyarakat tersebut.⁴²

Fungsi komunikasi bagi masyarakat dapat diamati dari tulisan William I. Gordon (1978) dan apresiasi Mulyana (201) yang menyebutkan empat fungsi komunikasi bagi masyarakat, yaitu:

- 1) Sumber peningkatan pola sosial
- 2) Sumber peningkatan kemampuan daya ekspresif
- 3) Sumber peningkatan pola ritual
- 4) Sumber instrumental kemajuan hidup.

Menurut Mulyana, dalam prosesnya keempat fungsi ini saling mengisi dan tidak saling meniadakan (*mutually exclusive*), tetapi ada suatu fungsi yang lebih dominan pengaruhnya ke masyarakat dibandingkan dengan yang lainnya. Adapun fungsi komunikasi terhadap masyarakat adalah sebagai berikut:

- a) Komunikasi berfungsi terhadap masyarakat karena mampu meningkatkan pola-pola sosial
- b) Komunikasi berfungsi terhadap masyarakat karena sebagai sumber peningkatan kemampuan daya

⁴² Ibid, hal. 128

ekspresif yang dilakukan secara sendirian ataupun kelompok

- c) Komunikasi berfungsi terhadap masyarakat karena sebagai sumber peningkatan pola ritual melalui upacara-upacara keagamaan dari agama tertentu
- d) Komunikasi berfungsi terhadap masyarakat karena sebagai sumber instrumental kemajuan hidup, seperti menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan sebagai sumber hiburan

Sebagai instrumen, komunikasi tidak hanya digunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, tetapi juga mampu menghancurkan hubungan atau komunikasi tersebut. Secara sosiologis, komunikasi berfungsi sebagai instrument untuk mencapai tujuan pribadi dan pekerjaan, baik untuk tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

Tujuan jangka pendek, misalnya memperoleh pujian, menumbuhkan kesan baik, memperoleh simpati dan empati, keuntungan material, ekonomi, dan politik. Adapun untuk tujuan jangka panjang, misalnya keahlian berbicara di depan orang atau pandai berpidato, ahli perundingan, menjadi politikus andal, pandai berbicara asing, dan keahlian menulis.⁴³

Denis McQuail (1992) menjelaskan bahwa efek media massa memiliki beberapa tipologi besar, di antaranya adalah efek media massa yang terjadi pada masyarakat. Efek media massa yang terjadi pada masyarakat adalah sebagai berikut:

⁴³ Ibid, hal. 130-132

- 1) Penyebaran budaya global yang menyebabkan masyarakat berubah dari tradisional ke modern, dari modern ke post-modern, dan dari taat beragama ke sekuler
- 2) Media massa kapitalis telah memicu hilangnya berbagai bentuk kesenian dan budaya tradisional di masyarakat yang seharusnya dilestarikan
- 3) Terjadinya perilaku imitasi yang kadang-kadang menjurus pada meniru hal-hal yang buruk dari apa yang dilihat dan didengar dari media massa
- 4) Efek media massa sering secara brutal menyerang seseorang dan merusak nama baik orang tersebut serta menjurus ke pembunuhan karakter seseorang
- 5) Persaingan media massa yang tidak sehat menyebabkan media massa mengorbankan idealismenya dengan menyajikan berbagai pemberitaan yang justru menyerang norma-norma sosial
- 6) Penyebaran pemberitaan pornomedia menyebabkan lunturnya lembaga perkawinan dan norma seks keluarga di masyarakat, bahkan memicu terbentuknya perilaku penyimpangan seksual di masyarakat
- 7) Berita kekerasan dan terror di media massa telah memicu terbentuknya “ketakutan massa” di masyarakat, merasa tidak aman, tidak menyenangkan, bahkan tidak nyaman menjadi anggota masyarakat tertentu
- 8) Media massa kapitalis telah berhasil mengubah masyarakat; dari kota sampai ke desa; menjadi masyarakat konsumerisme dan masyarakat mimpi, masyarakat yang hidup dalam hidup dalam dunia seribu malam tanpa harus bekerja keras

- 9) Media massa cenderung menjadi alat provokasi sebuah kekuasaan sehingga efek media massa menindas rakyat, bahkan dalam skala luas, media massa menjadi alat kolonialisme modern, dengan memihak pada suatu Negara adidaya, dan menjadi gendering perang untuk memerangi Negara-negara kecil dan miskin.⁴⁴

3. Teori Komunikasi Massa

Hasil akhir penelitian ilmiah adalah teori. Teori komunikasi massa bertujuan untuk meningkatkan pemahaman terhadap kinerja komunikasi massa. Teori komunikasi massa berusaha untuk merumuskan dan menguji secara ilmiah berbagai macam fenomena yang terjadi di dalamnya. Pada dasarnya teori komunikasi massa berusaha untuk menjawab pertanyaan tentang fungsi komunikasi massa itu sendiri. Beberapa pertanyaan yang lebih penting berkaitan dengan pengaruh komunikasi massa. Yang lain berkaitan dengan bagaimana masyarakat menggunakannya untuk kepentingan mereka sendiri.

Teori komunikasi massa dapat digunakan untuk membantu praktisi media agar bisa berkomunikasi dengan lebih baik. Ia juga dapat digunakan untuk menyampaikan informasi kepada para pelanggan serta pihak terkait yang lain tentang pengaruh komunikasi massa.⁴⁵

Komunikasi massa memiliki efek atau pengaruh. Efeknya terlihat jelas dan nyata. Efek komunikasi massa bisa dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu efek primer dan efek

⁴⁴ Ibid, hal. 234-235

⁴⁵ Loc. Cit, Werner J. Severin, James W. Tankard, Jr., hal. 20

sekunder. Efek primer meliputi terpaan, perhatian, dan pemahaman. Sementara efek sekunder meliputi perubahan tingkat kognitif (perubahan pengetahuan dan sikap), dan perubahan perilaku (menerima dan memilih).⁴⁶

Dapat disimpulkan bahwa efek dari komunikasi massa bisa berwujud dalam tiga hal, yaitu efek kognitif (pengetahuan), afektif (emosional dan perasaan), dan behavioral (perubahan dalam perilaku). Dalam perkembangan komunikasi kontemporer saat ini, proses pengaruh atau efek pada komunikasi massa tidak bisa berdiri sendiri, melainkan ada beberapa faktor yang ikut memengaruhi proses penerimaan pesan. Ada dua faktor utama yang ikut menjadi penentu besar tidaknya faktor efek yang dilakukan media massa, yaitu faktor individu dan faktor sosial.⁴⁷

Faktor individu atau faktor pribadi yang ikut berpengaruh pada proses penerimaan pesan lebih banyak dipengaruhi oleh pemikiran psikologi. Ada banyak faktor pribadi yang ikut memengaruhi proses komunikasi, antara lain:

- a) *Selesctive attention*
- b) *Selective perception*
- c) *Selective retention*
- d) Motivasi dan pengetahuan
- e) Kepercayaan pendapat
- f) Nilai dan kebutuhan
- g) Pembujukan

⁴⁶ Loc. Cit, Nuruddin, M.Si., hal. 206

⁴⁷ Ibid, hal. 228-229

- h) Kepribadian
- i) Penyesuaian diri ⁴⁸

Pada faktor sosial, individu dilihat sebagai gejala sosial. Karena individu tersebut berhubungan dengan orang lain (dalam kerangka yang lebih luas). Ada beberapa hal yang memengaruhi proses penerimaan pesan pada faktor sosial, yaitu:

- a) Umur dan jenis kelamin
- b) Pendidikan dan latihan
- c) Pekerjaan dan pendapatan
- d) Agama
- e) Tempat tinggal ⁴⁹

Etika menjadi sesuatu yang penting bagi masyarakat untuk diperhatikan media massa dalam menyiarkan komunikasi. Karena komunikasi massa itu berkaitan erat dengan banyak pihak sehingga tidak terlepas dari etika. Ada beberapa poin penting yang berkaitan dengan etika, seperti yang pernah dikemukakan oleh Shoemaker dan Reese (1991), yaitu: tanggung jawab, kebebasan pers, masalah etis, ketepatan dan objektivitas, dan tindakan adil untuk semua orang.⁵⁰

⁴⁸ Ibid, hal. 229

⁴⁹ Ibid, hal. 234-235

⁵⁰ Ibid, hal. 252

BAB V

TEORI KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA

Komunikasi Antar Budaya (KAB) bukan merupakan sesuatu yang baru terjadi akhir-akhir ini saja. Terjadinya kontak pertemuan antara individu-individu dengan latar belakang kebudayaan yang berlainan maka disitulah komunikasi antar budaya telah berlangsung. Namun, komunikasi ini sebagai salah satu studi sistematis mengenai apa yang terjadi apabila kontak atau interaksi antara orang-orang yang berbeda latar belakang kebudayaannya memang relatif masih baru.

Pada mulanya, komunikasi ini hanya terjadi dalam lingkup masyarakat yang sangat kecil, yang merupakan golongan minoritas. Misalnya pejabat-pejabat pemerintah atau pedagang-pedagang tertentu yang mempunyai kepentingan dan kesempatan berkunjung ke negeri-negeri lain. Namun kini sejalan dengan kemajuan teknologi komunikasi, keadaan tersebut telah berubah karena dunia saat ini dipenuhi oleh masyarakat manusia yang bersifat mobil dan dinamis, siap untuk menghadapi situasi-situasi baru dalam konteks apapun dan berjumpa dengan partner-partner komunikasi yang sama sekali belum pernah dikenal maupun terbayangkan sebelumnya.

Persoalan-persoalan yang dihadapi dalam komunikasi ini pun semakin kompleks dan luas, tidak hanya menyangkut

nilai-nilai budaya saja, tetapi juga aspek-aspek sosial, ekonomi, politik, teknologi, dan berbagai aspek lainnya.¹

Tema pokok yang sangat membedakan studi komunikasi antar budaya dari studi-studi komunikasi lainnya ialah derajat perbedaan latar belakang pengalaman yang relatif besar antara para komunikator yang disebabkan oleh perbedaan-perbedaan kebudayaan. Sebagai asumsi dasar adalah bahwa di antara individu-individu dengan kebudayaan yang sama umumnya terdapat kesamaan (homogenitas) yang lebih besar dalam hal latar belakang pengalaman secara keseluruhan dibandingkan dengan mereka yang berasal dari kebudayaan berlainan.

Perbedaan-perbedaan kebudayaan antara pelaku komunikasi ini serta perbedaan-perbedaan lainnya, seperti kepribadian individu, umur, penampilan fisik, menjadi permasalahan yang *inheren* dalam proses komunikasi manusia. Dengan sifatnya yang demikian, komunikasi ini bisa dianggap merupakan perluasan dari bidang-bidang studi komunikasi manusia, seperti komunikasi antar pribadi, komunikasi organisasi dan lain-lain atau dengan kata lain komunikasi antar budaya terdapat dalam semuanya.²

Selama masa perkembangan komunikasi antar budaya, telah banyak ahli yang mencoba untuk mendefinisikannya. Di antaranya adalah seperti yang dikatakan oleh Stewart (1947) yaitu "*Intercultural*

¹ Drs. Daryanto, Dr. Muljo Rahardjo, S.T., M.Pd., *Teori Komunikasi*, Penerbit Gava Media, Yogyakarta: 2016, cetakan pertama, hal. 197

² Ibid, hal. 206

communication is communication which occurs under condition of cultural difference-language, values, costumes, and habits” yang artinya, komunikasi antar budaya adalah komunikasi yang terjadi dalam suatu kondisi yang menunjukkan adanya perbedaan budaya seperti bahasa, nilai-nilai, adat, dan kebiasaan.³

Walaupun komunikasi ini mengakui dan mengurus permasalahan tentang persamaan-persamaan dan perbedaan dalam karakteristik kebudayaan antara pelaku-pelaku komunikasi, tetapi titik perhatian utamanya adalah pada proses komunikasi antara individu-individu atau kelompok-kelompok yang berbeda kebudayaan, yang mencoba untuk berinteraksi. Maka, dua konsep terpenting di sini yaitu: kontak dan komunikasi, merupakan ciri yang membedakan studi komunikasi antar budaya dari studi-studi antropologi dan psikologi lintas budaya yang berupaya mendeskripsikan kebudayaan-kebudayaan antar budaya.

Selama ini usaha para pendiri komunikasi antar budaya lebih banyak diarahkan pada aspek intracultural ataupun *cross cultural* (lintas budaya), bukan pada studi-studi *intercultural* (antar budaya) dari komunikasi. Yang penting bagi setiap orang yang mempelajari komunikasi antar budaya adalah untuk tidak sekedar berhenti pada tahap penemuan tentang karakteristik-karakteristik pola komunikasi intrabudaya dan lintas budaya saja, tetapi lebih jauh lagi,

³ Ibid, hal. 207

memusatkan perhatian pada tema konseptual pokok dari bidang khusus, yakni komunikasi antar budaya.⁴

Latar Belakang Studi Komunikasi antar Budaya

Perkembangan dunia saat ini tampak semakin maju pada apa yang disebut sebagai “*global village*” (desa dunia). Salah satu implikasinya adalah semakin meningkatnya kontak-kontak komunikasi dan hubungan antar berbagai bangsa dan Negara. Dalam situasi yang demikian mempelajari persoalan-persoalan komunikasi antar budaya jelas menjadi semakin penting, karena apabila masing-masing pihak yang terlibat dalam komunikasi antar budaya tersebut mempunyai perbedaan dalam aspek-aspek tertentu, misalnya ideology, orientasi dan gaya hidup, serta masing-masing pihak tidak mau memahami pihak lainnya maka berbagai problema terjadi.

Dari berbagai macam permasalahan yang muncul, orang mulai sadar bahwa cara-cara untuk berhubungan dalam konteks antar budaya tidaklah semudah ataupun sesederhana yang diperkirakan sebelumnya. Berdasarkan luas lingkup permasalahannya maka kesadaran itu dapat dibagi dalam tiga kategori, yaitu kesadaran internasional, kesadaran domestik atau dalam negeri, dan kesadaran pribadi.⁵

Komunikasi antar budaya bisa dianggap sebagai suatu bidang studi karena menurut Sitaram (1976) telah memenuhi

⁴ Ibid, hal. 208

⁵ Ibid, hal. 198

persyaratan-persyaratan dari suatu cabang ilmu pengetahuan, yaitu:⁶

- Harus ada kepustakaan yang cukup memadai bagi ilmuwan dan mahasiswa untuk digunakan sebagai pelajaran dan referensi
- Adanya pengeertian teoritis yang luas sebagai landasan kuat bagi studi dalam bidang tersebut
- Harus ada lebih dari satu cara pendekatan untuk penerapan teori tersebut dalam kehidupan sehari-hari
- Harus cukup luas ruang lingkupnya sehingga ilmuwan mempunyai keleluasaan untuk melakukan penelitian dan memabangun teori
- Harus memungkinkan untuk mengajarkan keterampilan pada para praktisi yang biasanya tidak memperdulikan aspek-aspek teoritis dari program latihan mereka
- Pada tingkat “*graduate*” (setingkat S2), harus memberi peluang bagi mahasiswa untuk mengambil bidang spesialisasi dalam salah satu aspek dari bidang tersebut
- Lulusan pendidikan tingginya harus dapat memperoleh pekerjaan berdasarkan pendidikan dan latihan mereka
- Kebutuhan untuk mempelajari bidang tersebut harus diakui oleh lembaga-lembaga pendidikan, organisasi-organisasi perusahaan, dan pemerintah

Dimensi-dimensi Komunikasi antar Budaya

Untuk mencari kejelasan dan mengintegrasikan berbagai konspetualisasi tentang kebudayaan dalam konteks

⁶ Ibid, hal. 204-205

komunikasi antar budaya, ada tiga dimensi yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Tingkat masyarakat kelompok budaya dari para partisipan
2. Konteks sosial tempat terjadinya komunikasi antar budaya
3. Saluran yang dilalui oleh pesan-pesan komunikasi antar budaya (baik yang bersifat verbal maupun nonverbal)

Dimensi pertama menunjukkan bahwa istilah kebudayaan telah digunakan untuk merujuk pada macam-macam tingkat lingkup dan kompleksitas dari organisasi sosial. Umumnya istilah kebudayaan mencakup beberapa pengertian sebagai berikut:

- Kawasan-kawasan di dunia, misalnya: budaya timur, budaya barat
- Sub kawasan-kawasan di dunia, misalnya: budaya Amerika Utara, budaya Asia Tenggara
- Nasional/Negara, misalnya: budaya Indonesia, budaya Perancis, budaya Jepang
- Kelompok-kelompok etnik-ras dalam Negara, seperti: budaya orang Amerika Hitam, budaya Amerika Asia, budaya Cina Indonesia
- Macam-macam sub kelompok sosiologis berdasarkan kategorisasi jenis kelamin, kelas sosial, *countercultures* (budaya Hippis, budaya orang dipenjara, budaya gelandangan, budaya kemiskinan)

Dimensi kedua menyangkut Konteks Sosial. Macam kegiatan komunikasi ini dapat diklasifikasi lagi berdasarkan konteks sosialnya. Konteks sosial dalam komunikasi antar

budaya meliputi: bisnis, organisasi, pendidikan, akulturasi imigran, politik, penyesuaian pelancong/pendatang sementara, perkembangan alih teknologi/pembangunan/difusi inovasi, konsultasi terapis. Komunikasi pada dasarnya memiliki persamaan dalam semua konteks sosial tersebut pada dasarnya memiliki persamaan dalam hal unsur-unsur dasar dan proses komunikasi. Tetapi adanya pengaruh kebudayaan yang tercakup dalam hal latar belakang pengalaman individu membentuk pola-pola persepsi, pemikiran, penggunaan pesan-pesan verbal/nonverbal serta hubungan-hubungan antaranya. Dengan demikian konteks sosial khusus tempat terjadinya komunikasi antar budaya memberikan pada para partisipan hubungan-hubungan antar peran, ekspektasi-ekspektasi, norma-norma, dan aturan-aturan tingkah laku yang khusus.

Dimensi ketiga berkaitan dengan Saluran Komunikasi. Dimensi ini menunjukkan tentang saluran apa yang dipergunakan dalam komunikasi antar budaya. Secara garis besar, saluran dapat dibagi atas:

- Antar pribadi/perorangan
- Media massa

Bersama-sama dengan dua dimensi sebelumnya, saluran komunikasi juga mempengaruhi proses dan hasil keseluruhan dari komunikasi antar budaya. Umumnya, pengalaman komunikasi antar pribadi dianggap memberikan dampak yang lebih mendalam. Komunikasi melalui media kurang dalam hal *feedback* langsung antar partisipan dan oleh karena itu pada pokoknya bersifat satu arah. Sebaliknya,

saluran antar pribadi tidak dapat menyaingi kekuatan saluran media dalam mencapai jumlah besar manusia sekaligus batas-batas kebudayaan. Tetapi dalam keduanya, proses komunikasi bersifat antar budaya bila partisipan-partisipannya berbeda latar belakang budayanya.

Ketiga dimensi ini dapat digunakan secara terpisah ataupun bersamaan, dalam mengklasifikasi fenomena komunikasi antar budaya khusus. Maka apapun tingkat keanggotaan kelompok konteks sosial dan saluran komunikasi, komunikasi dianggap antar budaya apabila para komunikator yang menjalin kontak dan interaksi mempunyai latar belakang pengalaman budaya berbeda.⁷

A. Hubungan Komunikasi dan Kebudayaan

1. Hubungan Timbal Balik antara Komunikasi dan Kebudayaan

Dari berbagai definisi tentang komunikasi antar budaya seperti yang telah dibahas sebelumnya, tampak bahwa unsur-unsur pokok yang mendasari proses komunikasi antar budaya ialah konsep-konsep tentang “kebudayaan” dan “komunikasi”. Hal ini pun digaris bawahi oleh Sarbaugh (1979) dengan pendapatnya bahwa pengertian tentang komunikasi antar budaya memerlukan suatu pemahaman tentang konsep-konsep komunikasi dan kebudayaan, serta adanya saling ketergantungan antara keduanya.

Sementara Smith (1966) menerangkan hubungan yang tidak terpisahkan antara komunikasi dan kebudayaan kurang

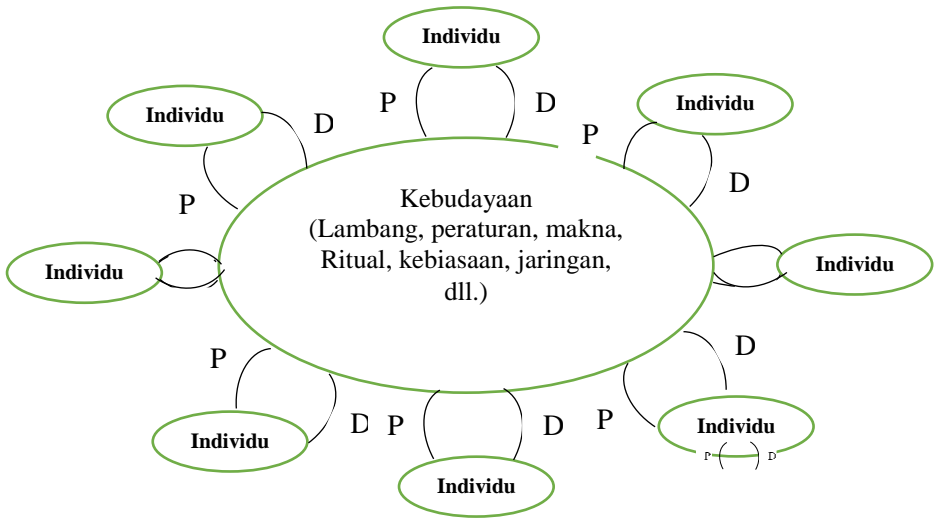
⁷ Ibid, hal. 209-211

lebih sebagai berikut: *Pertama*, kebudayaan merupakan suatu kode atau kumpulan peraturan yang dipelajari dan dimiliki bersama. *Kedua*, untuk mempelajari dan memiliki bersama diperlukan komunikasi, sedangkan komunikasi memerlukan kode-kode dan lambing-lambang yang harus dipelajari dan dimiliki bersama.

Dalam tingkat komunikasi masyarakat yang lebih besar atau sistem sosial yang lebih kompleks, terjadi dinamika komunikasi yang tidak berbeda pula, bukti paling nyata yang dapat dilihat dari proses itu ialah symbol-simbol yang digunakan dalam masyarakat tersebut dan mengikat anggota-anggotanya secara keseluruhan. Contohnya adalah bahasa, baik yang tertulis maupun yang terucap. Demikian pula pola-pola komunikasi, orientasi keagamaan, orientasi politik, peranan sosial, pola asuh anak dan lain-lain, menjadi bagian dari apa yang disebut “kebudayaan” dari masyarakat yang bersangkutan.

Jika pada unit sosial kecil individu-individu menciptakan dan memiliki bersama “sub-budaya”nya sendiri, yaitu symbol-simbol, pengetahuan dan aturan-aturan pengetahuan di antara mereka sebagai akibat dari proses komunikasi yang telah berjalan beberapa waktu maka anggota-anggota dari suatu masyarakat yang lebih luas diikat bersama dan memperoleh suatu identitas kolektif melalui “kebudayaan” yang telah mereka ciptakan dan pertahankan bersama melalui aktivitas mereka.

Dinamika antara komunikasi dan kebudayaan tersebut dapat dilihat dalam gambar di bawah ini (Ruben, 1984):⁸



Keterangan:

P = Perilaku-penggunaan bahasa verbal dan nonverbal
 D = Data dipergunakan oleh individu sebagai informasi mengenai kebudayaan beserta segala unsur-unsurnya.

Hubungan antara individu dan kebudayaan saling mempengaruhi dan saling menentukan. Kebudayaan diciptakan dan dipertahankan melalui aktivitas komunikasi para individu anggotanya. Secara kolektif, perilaku mereka secara bersama-sama menciptakan realita (kebudayaan) yang mengikat dan harus dipatuhi oleh individu agar dapat menjadi bagian dari kebudayaan.

⁸ Ibid, hal. 212-214

Dari gambaran di atas jelas bahwa antara komunikasi dan kebudayaan terjalin hubungan yang sangat erat, yaitu:⁹

- a. Di satu pihak, jika bukan karena kemampuan manusia untuk menciptakan bahasa simbolik, tidak dapat dikembangkan pengetahuan, makna, symbol-simbol, nilai-nilai, aturan-aturan, dan tata upacara yang memberikan batasan dan bentuk pada hubungan-hubungan, organisasi-organisasi dan masyarakat yang terus berlangsung. Komunikasi juga merupakan sarana yang dapat menjadikan individu sadar akan dan menyesuaikan diri dengan subbudaya-subbudaya dan kebudayaan-kebudayaan asing yang dihadapinya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kebudayaan dirumuskan, dibentuk, ditransmisikan, dan dipelajari melalui komunikasi
- b. Kebudayaan tidak saja menentukan siapa yang dapat berbicara dengan siapa, mengenai apa dan bagaimana komunikasi sebaiknya berlangsung, tetapi juga menentukan cara meng-*encode* atau menjadi pesan, makna yang dilekatkan pada pesan, dan dalam kondisi bagaimana macam-macam pesan dapat dikirimkan dan ditafsirkan. Keseluruhan perilaku komunikasi individu terutama tergantung pada kebudayaannya. Kebudayaan merupakan fondasi atau landasan bagi komunikasi, kebudayaan yang berbeda menghasilkan praktik-praktik komunikasi yang berbeda pula. Dengan demikian, melalui komunikasi kita membentuk kebudayaan,

⁹ Ibid, hal. 214-215

sebaliknya kebudayaan menentukan aturan dan pola-pola komunikasi.

2. Hakikat Kebudayaan dalam Komunikasi antar Budaya

Pengetahuan tentang konsep “kebudayaan” dan pengaruhnya terhadap cara-cara orang berkomunikasi merupakan hal yang penting, terutama bilamana permasalahan-permasalahan yang muncul dalam proses komunikasi tersebut disebabkan oleh adanya perbedaan kebudayaan.

Kebudayaan merupakan istilah yang tidak asing lagi bagi kebanyakan orang. Mungkin penggunaan yang paling sering akan istilah kebudayaan adalah sinonim dari “Negara” atau “Bangsa”. Istilah kebudayaan juga sering digunakan untuk menunjuk pada kualitas atau sifat-sifat tertentu.

Bagi mereka yang mempelajari seluk-beluk perilaku manusia, kebudayaan mempunyai pengertian lain. Kebudayaan tidak dipandang sebagai suatu yang dimiliki atau tidak dimiliki, sesuatu yang positif atau negative. Bahkan kebudayaan bukanlah sesuatu yang bisa dianggap benda atau objek tertentu yang dapat diraba dan dapat ditinjau secara fisik. Batasan tentang kebudayaan memang sangat beraneka ragam, tergantung dari sudut penglihatan, yang dipengaruhi oleh minat, bidang pengetahuan dan kepentingan masing-masing perumus batasan. Dari sekian banyak perumusan tentang kebudayaan tampaknya terdapat suatu kesepakatan bahwa kebudayaan merupakan sesuatu yang dipelajari, dan

bahwa kebudayaan menyebabkan orang mampu untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan alam serta lingkungan sosialnya, dan oleh sebab itu pula kebudayaan bervariasi.

Manusia umumnya belajar dalam konteks sosial, bukan dalam keterasingan. Karenanya kebudayaan berorientasikan kelompok dan menetapkan suatu fenomena sosial dengan proses belajar yang berlangsung melalui model-model peranan, biasanya dengan pengajaran melalui contoh-contoh perbuatan. Kebudayaan menegaskan nilai-nilai dasar tentang kehidupan: apa yang baik dan apa yang buruk, apa yang harus dilakukan dan apa yang harus ditinggalkan. Pemahaman orang-orang tentang hubungan-hubungan pribadi dan tanggung jawab terhadap anggota keluarga dan anggota masyarakat luas dipelajari mulai dalam lingkungan keluarga.

Sepanjang hidupnya orang mempelajari aturan-aturan kebudayaannya. Bahkan tidak sedikit yang dilakukan di luar kesadarannya agar ia dapat diterima dan tidak dikucilkan dalam lingkungannya. Karena sebagian terbesar waktu hidupnya dihabiskan dalam kebudayaan, tidaklah mengherankan jika kebudayaan itu digunakan sebagai ukuran untuk penilaian.¹⁰

Bila sudah jelas peranan pokok kebudayaan dalam kehidupan manusia maka perlu kejelasan tentang batasan dari kebudayaan, terutama yang relevan dengan sudut pandang ilmu komunikasi termasuk komunikasi antar budaya. Beberapa definisi kebudayaan yang dapat digunakan sebagai landasan atau titik tolak untuk pembahasan mengenai hakikat

¹⁰ Ibid, hal. 216-217

faktor kebudayaan dalam komunikasi antar budaya, adalah sebagai berikut:

Kim (1979) mengatakan bahwa kebudayaan merupakan ‘kumpulan pola kehidupan’ yang dipelajari oleh sekelompok manusia tertentu dari generasi-generasi sebelumnya dan akan diteruskan ke generasi mendatang. Menurutnya, kebudayaan tertanam dalam diri individu sebagai pola-pola persepsi yang diakui dan diharapkan oleh orang-orang dalam masyarakat.

Dodd (1982) melihat kebudayaan sebagai konsep yang bergerak melalui *kontinum*. Mulai dari kognisi dan keyakinan mengenai orang-orang lain dan diri sendiri, termasuk nilai-nilai, sampai dengan pola-pola tingkah laku. Adat kebiasaan dan praktik kegiatan merupakan bagian dari norma-norma kebudayaan, yakni model-model perilaku yang sudah diakui dan diharuskan. Kebudayaan merupakan pola hidup yang bersifat mencakup segalanya. Selain itu kebudayaan bersifat kompleks, abstrak, dan merassuki semua aspek kehidupan.

Ruben (1984) menyebutkan beberapa karakteristik dari kebudayaan dan subbudaya, *Pertama*, kebudayaan bersifat kompleks dan banyak segi. *Kedua*, kebudayaan pada dasarnya tidak dapat dilihat. Dan *Ketiga*, kebudayaan berubah sejalan dengan waktu.¹¹

Beberapa dimensi yang paling mendasar dari kebudayaan ialah bahasa, adat kebiasaan, kehidupan keluarga, cara berpakaian, cara makan, struktur kelas,

¹¹ Ibid, hal. 218

orientasi politik, agama, falsafah ekonomi, keyakinan, dan sistem nilai. Unsur-unsur ini tidaklah terpisahkan dari yang lain, tetapi saling berinteraksi sehingga menciptakan sistem budaya tersendiri.

Eksistensi kebudayaan dalam kehidupan sedemikian tidak nyata terlihat secara fisik, tetapi merasuk dalam segala segi kehidupan, sehingga tidak diperhatikan dan tidak disadari oleh masyarakat itu sendiri. Kebudayaan dari unit sosial apapun selalu berubah dengan berjalannya waktu. Eksistensinya tidak dalam suatu keadaan yang vakum. Masing-masing orang terlibat dalam sejumlah hubungan, kelompok, atau organisasi.¹²

3. Unsur-unsur Kebudayaan dan Pengelompokan Budaya

Karena kebudayaan memberikan identitas pada sekelompok manusia maka muncul satu persoalan yakni bagaimana cara kita mengidentifikasi aspek-aspek atau unsur-unsur kebudayaan yang membedakan satu kelompok masyarakat budaya dari kelompok masyarakat budaya lainnya.

Samovar (1981) membagi berbagai aspek kebudayaan ke dalam tiga pembagian besar unsur-unsur sosial budaya yang secara langsung sangat mempengaruhi penciptaan makna untuk persepsi, yang selanjutnya menentukan tingkah laku komunikasi. Pengaruh-pengaruh terhadap komunikasi

¹² Ibid, hal. 219-220

ini sangat beragam dan mencakup semua segi kegiatan sosial manusia.

Dalam proses komunikasi antar budaya unsur-unsur yang sangat menentukan ini bekerja dan berfungsi secara terpadu bersama-sama seperti komponen dari suatu sistem stereo karena masing-masing saling berkaitan dan membutuhkan. Tetapi dalam penelahan, unsur-unsur tersebut dipisah-pisahkan agar dapat diidentifikasi dan ditinjau secara satu per satu. Unsur-unsur sosial budaya tersebut adalah:

- Sistem keyakinan, nilai, dan sikap
- Pandangan hidup tentang dunia
- Organisasi sosial

Pengaruh ketiga unsur kebudayaan tersebut pada makna untuk persepsi terutama pada aspek individual dan subjektifnya. Uraian yang lebih rinci mengenai pengaruh dari masing-masing unsur budaya terhadap persepsi adalah sebagai berikut:

1) Sistem Keyakinan, Nilai, dan Sikap Keyakinan

Keyakinan secara umum diartikan sebagai perkiraan secara subjektif bahwa sesuatu objek atau peristiwa ada hubungannya dengan objek atau peristiwa lain, atau dengan nilai, konsep, atribut tertentu, dengan kata lain merupakan suatu objek atau peristiwa yang diyakini memiliki karakteristik-karakteristik tertentu. Keyakinan ini mempunyai derajat kedalaman atau intensitas tertentu. Ada tiga macam keyakinan, yaitu: keyakinan berdasarkan pengalaman

(*experensial*), keyakinan berdasarkan informasi (*informational*), dan keyakinan berdasarkan penarikan kesimpulan (*inferensial*).

Keyakinan berdasarkan pengalaman adalah keyakinan yang terbentuk secara langsung melalui pancaindera. Di luar batas lingkungan yang telah ditentukan oleh kebudayaan, keyakinan ini sedikit sekali kemungkinannya dipengaruhi oleh faktor kebudayaan.

Sedangkan keyakinan berdasarkan informasi adalah keyakinan yang dibentuk melalui sumber-sumber informasi dari luar (eksternal) seperti orang-orang lain, buku, majalah, televisi, dan film. Keyakinan seperti ini sangat dipengaruhi oleh berbagai ragam faktor kebudayaan. Seringkali pembentukannya tergantung pada tingkat keyakinan yang lebih tinggi, yaitu keyakinan akan otoritas (kewenangan) seseorang atau lembaga atas topik-topik atau masalah-masalah tertentu.

Keyakinan berdasarkan penarikan kesimpulan melibatkan penggunaan sistem logika intern. Pembentukannya dimulai dengan pengamatan terhadap suatu tingkah laku atau peristiwa, kemudian perkiraan bahwa tingkah laku tersebut digerakkan atau disebabkan oleh suatu perasaan atau emosi tertentu. Sistem logika intern berbeda antara satu individu dengan individu lain, tetapi perbedaan biasanya lebih besar antara satu kebudayaan dengan kebudayaan lain. Suatu perbedaan menonjol yang sering dikatakan terdapat antara kebudayaan barat dan timur ialah pada sistem logika intern ini. Perbedaan antara sistem logika

ini pada pokoknya disebabkan oleh penekanan-penekanan yang berlainan dalam hal intuisi, rasionalisme, dan metode empiriknya.¹³

Nilai-nilai kebudayaan biasanya berakar dari falsafah dasar secara keseluruhan dari suatu kebudayaan. Nilai-nilai ini umumnya bersifat normatif karena memberikan informasi pada anggota kebudayaan tentang apa yang baik dan buruk, yang benar dan yang salah, yang positif dan negatif, apa yang perlu diperjuangkan dan dilindungi, apa yang ditekuni dan lain-lain.

Nilai-nilai budaya dapat dikategorisasikan ke dalam tiga tingkat, yaitu primer, sekunder, dan tertier. Nilai-nilai primer diyakini pantas untuk diperjuangkan bahkan dengan nyawa sekalipun. Nilai-nilai sekunder dianggap perlu, tetapi derajatnya tidak sampai harus mengorbankan diri, sementara nilai-nilai tertier hanya merupakan alternatif yang tingkatnya di bawah nilai primer dan sekunder.

Beberapa nilai yang sering diperhatikan dalam komunikasi antar budaya ialah: orientasi individu kelompok, umur, persamaan hak laki dan perempuan, formalitas, rendah-tinggi hati, dan lain-lain.¹⁴

Secara formal, sikap dirumuskan sebagai kecenderungan yang dipelajari untuk memberikan respons (tanggapan) secara konsisten terhadap objek orientasi tertentu. Sikap terdiri dari tiga komponen, yaitu:

- Komponen kognisi atau keyakinan

¹³ Ibid, hal. 221-223

¹⁴ Ibid, hal. 224-225

- Komponen evaluasi
- Komponen intensitas atau harapan

Intensitas dari sikap berlandaskan pada derajat penyaluran akan kebenaran dari sikap keyakinan dan evaluasi. Ketiga komponen sikap tersebut berinteraksi untuk menciptakan keadaan siap secara psikologis dalam bereaksi terhadap objek-objek dan peristiwa-peristiwa tertentu dalam lingkungan.

Sikap dipelajari atau dibentuk dalam konteks budaya. Sikap ini kemudian mempengaruhi kesiapan untuk memberi respons dan tingkah laku. Salah satu contoh pengaruh kebudayaan terhadap sistem keyakinan, nilai, dan sikap adalah penilaian terhadap “pertarungan antara orang dan banteng yang berasal dari Negara Spanyol”. Bagi sejumlah orang di Amerika Serikat, kekejaman terhadap binatang adalah perbuatan yang salah. Akibatnya banyak orang Amerika Serikat yang memandangi pertandingan antara orang dan banteng sebagai suatu perbuatan yang keji, dan menentang kegiatan pertandingan yang populer di Negara Spanyol tersebut. Di lain pihak, bagi kebanyakan orang Amerika Latin, pertarungan manusia dan banteng diyakini sebagai cara untuk mempertunjukkan keberanian sehingga dinilai positif.¹⁵

2) Pandangan Hidup tentang Dunia

Unsur kebudayaan mengenai “pandangan hidup tentang dunia” ini, walaupun sebagai konsep dan deskripsi

¹⁵ Ibid, hal. 225-226

bersifat abstrak, merupakan salah satu yang terpenting dari aspek-aspek perseptual komunikasi antar budaya. Karena sifatnya yang kompleks, terkadang sulit untuk memisahkan dan mengidentifikasikannya dalam suatu peristiwa antar budaya.

Pandangan hidup merupakan orientasi suatu kebudayaan terhadap hal-hal seperti manusia, alam semesta dan masalah-masalah filsafat lainnya yang berkaitan dengan konsep keberadaan (*being*). Pandangan hidup membantu kita untuk menentukan tempat dan tingkat kita sendiri dalam alam semesta ini.

Pandangan hidup merupakan landasan pokok yang paling mendalam dari suatu kebudayaan. Efeknya seringkali sangat tersamar sehingga tidak dapat terlihat secara nyata, misalnya cara berpakaian, gerak isyarat, dan perbendaharaan kata.

Dapat dikatakan bahwa pandangan hidup juga menyebar dan merasuk ke dalam keseluruhan segi atau aspek kebudayaan. Pandangan hidup mempunyai keyakinan, nilai-nilai, sikap, penggunaan waktu serta aspek-aspek lainnya dari kebudayaan. Sebagai anggota dari suatu kebudayaan, pandangan hidup kita sedemikian mendalamnya merasuk dalam jiwa, sehingga kita tidak menyadarinya dan mengasumsikan demikian saja bahwa orang lain memandang hidup secara sama pula. Padahal setiap kebudayaan akan mempunyai pandangan hidup sendiri.¹⁶

¹⁶ Ibid, hal. 226-227

3) Organisasi Sosial

Organisasi sosial merupakan cara suatu kebudayaan mengatur diri dan pranata-pranatanya. Ada dua macam bentuk pengaturan sosial yang berkaitan dengan komunikasi antar budaya, yaitu:

- Kebudayaan geografik. Yaitu Negara, suku-bangsa, kasta, sekte keagamaan dan lain sebagainya yang dirumuskan berdasarkan batas-batas geografik
- Kebudayaan-kebudayaan peranan, yaitu keanggotaan dalam posisi-posisi sosial yang jelas batasannya dan lebih spesifik, sehingga mempercepat perilaku komunikasi yang khusus pula.

Pengorganisasian masyarakat atas dasar peranan ini melintasi organisasi masyarakat secara geografik dan mencakup seluruh organisasi mulai dari kelompok-kelompok professional sampai ke organisasi-organisasi yang menekankan ideologi tertentu. Karena peranan kebudayaan mengajarkan cara-cara berperilaku dalam posisi-posisi sosial yang khusus maka jelas berpengaruh terhadap komunikasi antar budaya.

Beberapa unit kelembagaan/institusi sosial yang cukup dominan berpengaruh dalam suatu kebudayaan ialah: keluarga, sekolah, dan lembaga keagamaan. Institusi-institusi ini bertanggungjawab dalam transmisi budaya dari satu generasi ke generasi lain dan pelestariannya. Semua institusi ini mempunyai derajat pengaruh tertentu terhadap pembentukan diri dalam kebudayaan.¹⁷

¹⁷ Ibid, hal. 227-228

Harris dan Morran (1979) mengajukan sepuluh klasifikasi umum sebagai model sederhana untuk menilai dan menganalisis suatu kebudayaan secara sistematis. Kesepuluh klasifikasi tersebut adalah:¹⁸

- Komunikasi dan bahasa
- Pakaian dan penampilan
- Makanan dan cara makan
- Konsep dan kesadaran tentang waktu
- Pemberian imbalan dan pengakuan
- Hubungan-hubungan
- Nilai-nilai dan norma-norma
- Konsep kesadaran diri dan jarak ruang
- Proses mental dan belajar
- Keyakinan (kepercayaan) dan sikap

Cara kategorisasi lain terhadap unsur-unsur kebudayaan telah dicoba dilakukan pula oleh Ruben (1984). Unsur-unsur kebudayaan tersebut bervariasi antara satu kebudayaan dengan yang lain, sehingga dapat menjadi sumber kesalah pahaman dan miskomunikasi. Unsur-unsur kebudayaan itu adalah:

- a. Cara-cara memberi salam dalam perjumpaan
- b. Cara-cara mengunjungi kerabat di rumah
- c. Cara-cara berpidato atau berbicara di muka umum
- d. Cara-cara mengadakan pertemuan
- e. Gerak isyarat non verbal
- f. Penampilan pribadi

¹⁸ Ibid, hal. 228

- g. Sikap umum
- h. Bahasa
- i. Agama
- j. Hari-hari libur khusus
- k. Unit sosial keluarga
- l. Adat kebiasaan dalam kencan dan perkawinan
- m. Tingkat-tingkat sosial ekonomi
- n. Penyebaran kelompok
- o. Pekerjaan
- p. Makan dan minuman
- q. Rekreasi
- r. Sejarah dan pemerintah
- s. Pendidikan
- t. Sistem perhubungan dan komunikasi
- u. Kesehatan, kebersihan, fasilitas pengobatan
- v. Dampak keadaan geografik dan iklim

Apabila diteliti maka unsur-unsur kebudayaan di atas merupakan hal-hal yang mudah untuk diamati dan diidentifikasi pada saat kita memasuki suatu lingkungan kebudayaan. Bagaimanapun, pengidentifikasian dari unsur-unsur tersebut dapat membantu kita untuk menentukan tingkah laku komunikasi yang akan dijalankan.

Unsur-unsur yang mendasari proses komunikasi budaya adalah adanya konsep-konsep tentang kebudayaan dan komunikasi, serta adanya saling ketergantungan antara keduanya.¹⁹

¹⁹ Ibid, hal. 231

B. Kebudayaan Sebagai Penyaring

Salah satu fungsi kebudayaan ialah sebagai penyaring yang sangat selektif bagi warga masyarakat yang memiliki kebudayaan tersebut dalam menghadapi dunia luar. Kebudayaan menentukan apa yang perlu diperhatikan atau apa yang perlu dihindari. Fungsi *screening* (penyaringan) ini melindungi sistem syaraf manusia dari kejenuhan informasi (*information overload*²⁰).

Dengan majunya teknologi dewasa ini, terutama di bidang komunikasi maka banyak informasi yang masuk ke lingkungan masyarakat. Akibat banyaknya informasi yang masuk ini maka seseorang akan mengalami kejenuhan informasi. Akibatnya akan menimbulkan ketergantungan. Untuk mengatasi kejenuhan ini kebudayaan dapat berperan sebagai penyaring.

Masalah kejenuhan ini, tidak saja menyerang seseorang, tetapi dapat juga dialami oleh lembaga-lembaga, baik pemerintah maupun swasta. Agar individu dari berbagai lembaga dapat berfungsi dengan baik maka perlu diadakan seleksi. Proses seleksi yang dipengaruhi oleh kebudayaan ini disebut dengan persepsi. Persepsi inilah yang kemudian menentukan tingkah laku komunikasi, seringkali perilaku seseorang dipengaruhi cara seseorang tersebut mengenal

²⁰ Merupakan istilah teknis yang biasanya diterapkan pada sistem pemrosesan informasi, yakni untuk menggambarkan suatu situasi yang rusak atau macetnya sistem karena tidak mampu untuk menangani sedemikian besarnya jumlah informasi yang masuk.

lingkungan dan apa yang telah diajarkan oleh kebudayaannya.²¹

Sebelum membahas tentang persepsi lebih dalam, kita akan membahas tentang budaya dan tata caranya seperti penguasaan diri dalam keanekaragaman budaya, persesuaian pola pikir, dan tata karma dalam budaya.

1. Penguasaan Diri dalam Keanekaragaman Budaya

Membedakan budaya nasional acapkali dimulai dengan memperhatikan perbedaan perilaku sosial. Orang Jepang tidak menyukai jabat tangan, tapi lebih menyukai membungkuk ketika menghormat orang lain dan tidak membersihkan hidungnya di muka umum. Orang Yunani menata bola mata anda, menganggukkan kepala berarti “tidak”, dan nada kalanya membanting piring di restoran. Orang Inggris meletakkan piring sup jauh darinya, menyantap kacang polong dengan menusuknya beberapa biji sekaligus dengan sebuah garpu, dan bermain golf pada saat hujan.²²

Kita akan mudah menerima bahwa keanekaragaman budaya sangat luas dan mengagumkan. Jika kita mengambil sebuah contoh yang ekstrem, hambatan komunikasi atau hambatan percakapan antara seorang Eskimo dan seorang pedalaman Afrika barangkali tidak dapat di atasi dengan latar belakang mereka yang berbeda. Mereka sama sekali tidak

²¹ Ibid, hal. 242-243

²² Richard D. Lewis, *Komunikasi Bisnis Lintas Budaya*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung: 2005, cetakan kedua, hal. 3

akan saling memahami struktur atau politik masyarakat, tampaknya sangat sulit bagi mereka untuk membayangkan iklim yang saling berlawanan, kepercayaan, pantangan, nilai, aspirasi, kekecewaan, dan gaya hidup mereka sangat kontras. Pokok percakapan akan sangat minimal, bahkan mendekati nol.²³

Sebagaimana melihat dengan dua mata memberi kita pandangan yang stereoskopik dan kedalaman pengertian, berpikir dalam dua bahasa memberi kita dimensi tambahan tentang realitas. Bahasa Finlandia-Swededia adalah contohnya. Suatu contoh mencolok adalah ketika bahasa Perancis memberi seorang Inggris tambahan sebesar 10% alam yang dapat diminati, bahasa ‘primitif’ sangat berbeda dengan bahasa kita, yang dengan logika lain dan seperangkat asumsi yang berbeda, mungkin memperlihatkan kepada kita hal-hal yang tidak pernah dibayangkan.²⁴

Terdapat sejumlah rujukan ilmiah yang mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa tingkat berpikir yang lebih tinggi bergantung kepada bahasa. Bahasa dapat dianggap sebagai pemikiran yang diinternalisasikan. Pada umumnya kita melakukan sebuah monolog interior, seringkali disertai dengan imajinasi visual. Pada individu yang lebih terdidik dan terpelajar, monolog ini berlangsung lebih rumit dan *njlimet*. Hal ini tidak terjadi dengan keras. Sekarang, berbicara atau berpikir sendiri dianggap sebagai kelaziman dan tidak diragukan bahwa kebanyakan berlangsung dalam

²³ Ibid, hal. 5

²⁴ Ibid, hal. 12-13

‘kata-kata’, apakah diekspresikan dengan bersuara atau tidak.²⁵

2. Pesesuaian Pola Pikir dan Tata Krama

Pada saat ini, lebih banyak pertemuan diselenggarakan daripada sebelumnya. Kini, perjalanan memungkinkan para pengusaha menghadiri pertemuan di benua lain dan seringkali pergi dari rumah mereka pada hari yang sama dengan saat penyelenggaraan pertemuan tersebut. Benar bahwa *video-conferencing* akan mengurangi perjalanan bisnis di kemudian hari, tetapi fasilitas ini, merupakan suatu jenis pertemuan juga.

Namun, mari kita pikirkan sejenak bagaimana orang menyelenggarakan pertemuan, secara tatap-muka, di Negara-negara yang berlainan. Pertemuan tidak dimulai dengan cara yang sama bila kita tinjau dari satu budaya ke budaya lainnya. Beberapa budaya memulai pertemuan tepat pada waktunya, cepat, dan bergaya bisnis. Yang lainnya memulai dengan obrolan-obrolan ringan, dan beberapa pertemuan bahkan mengalami kesulitan untuk berjalan. Berikut gambar yang menunjukkan beberapa contoh memulai pertemuan yang berbeda-beda di beberapa Negara:²⁶

²⁵ Ibid, hal. 14

²⁶ Ibid, hal. 116-117

JERMAN	██████████	Pembukaan resmi. Duduk. Mulai
FINLANDIA	██████████	Pembukaan resmi. Secangkir kopi. Duduk. Mulai
USA	██████████	Pembukaan resmi. Secangkir kopi. Menghentikannya dengan tiba-tiba. Mulai
INGGRIS	████████████████████	Pembukaan resmi. Secangkir the dan makanan kecil. Ramah tamah 10 menit. Mulai
PERANCIS	████████████████████	Pembukaan resmi. Obrolan ringan (politik, skandal, dsb.) selama 15 menit. Mulai
JEPANG	████████████████████ ████████████████████	Pembukaan resmi. Duduk scr protokoler. Diberi waktu 15-20 menit untuk obrolan ringan. Senior memberi tanda. Mulai
SPANYOL/ ITALIA	20-30 menit obrolan ringan (sepak bola, masalah keluarga) sambil menunggu kedatangan yang lainnya. Mulai setelah hadir semuanya. ████████████████████	

Banyak pertemuan diantara orang-orang dari berbagai budaya dilangsungkan untuk mengadakan perundingan (negoisasi) dan oendekatan setiap pihak dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya. Orang menerjuni dunia bisnis dengan cara-cara yang berlainan, sesuai dengan kebiasaan di Negara tuan rumah. Konsep waktu, ruang, dan protocol, semuanya memegang peranan. Hanya setelah pertemuan berlangsung separuh jalan, jurang perbedaan budaya yang lebih tajam mulai terkuak.²⁷

Kini, perbedaan sikap dan pandangan menjadi jelas, dan selama perundingan kita harus siap siaga untuk menghindari gangguan atau rasa sakit hati, menentukan fakta-fakta yang dipahami bersama dan mengetahui kapan saatnya ‘sepakat untuk tidak sepakat’, hanya karena budaya lain tidak dapat menerima, bahkan tidak melihat cara pandang kita.²⁸

²⁷ Ibid, hal. 118-119

²⁸ Ibid, 120-121

Sebelum perundingan dimulaipun, perbedaan pandangan sudah jelas berpengaruh pada perundingan yang akan berlangsung. ‘Pemograman induk’ (*master-programming*) yang disediakan oleh budaya kita ini tidak hanya memprioritaskan kepentingan kita dengan cara yang berbeda, tetapi menyebabkan kita sulit untuk ‘melihat’ prioritas atau maksud pihak lain. ‘Penstereotipan’ (*stereotyping*) adalah salah satu ‘cacat’ dalam program induk kita, yang seringkali menggiringi kita pada asumsi yang keliru.²⁹

Tata karma membentuk manusia. Dari tinjauan lintas-budaya, tata karma dapat pula menghancurkan manusia. Dalam sebuah dunia yang benar-benar bebas, kita harus mengelap piring kita dengan sepiring roti di Perancis, mengeluarkan dahak dan meludah seperti orang Mongol, bersndawa seperti orang Fiji, dan lain sebagainya. Dalam teori, tidak ada suatu aturan yang merupakan etiket internasional, tetapi beberapa tata karma tertentu hanya diterima ditempat kita sendiri. Dalam budaya kita sendiri, kita dibekali dnegan beberapa aturan untuk berperilaku. Ada yang benar da nada yang salah, tepat dan tidak tepat, baik dan buruk. Aturan ini yang diajarkan oleh orang tua dan guru yang diperkuat oleh teman sebaya dan sezaman, tidak saja meliputi nilai-nilai dan keyakinan yang mendasar, tetapi juga pembawaan diri dan sikap-sikap yang benar dalam berbagai situasi.³⁰

²⁹ Ibid, hal. 121-122

³⁰ Ibid, hal. 145

Penduduk suatu Negara yang terdidik, tidak saja merasa nyaman karena adanya aturan, bahkan pada hakikatnya mereka amat menginginkan adanya aturan. Mekanisme peraturan yang sudah dibiasakan itu menghindarkan orang dari perbuatan yang merugikan diri sendiri atau dari anggapan bahwa ia orang luar. Sebagai seseorang yang mewakili Negara, kita ingin menunjukkan sikap baik yang kita miliki. Tetapi sayangnya, suatu sikap yang baik di sebuah Negara, dapat dipandang eksentrik atau benar-benar sikap tercela di Negara lainnya.³¹

Selain kebiasaan untuk minum-minum dan makan malam, kebanyakan budaya memiliki sekumpulan antara rumit yang menata perilaku sosial umum. Aturan-aturan ini disebut 'tata karma yang baik' dan dirancang untuk menghindari rasa malu yang mungkin sekali dialami oleh mereka yang belum berpengalaman.

Untunglah, tata karma bukanlah hal yang selalu dilaksanakan seperti dulu. Masalah mengikuti sopan santun orang lain tidak banyak berhubungan dengan tingkat keformalan atau tidakformalan yang dilaksanakan, tetapi untuk mengetahui bagaimana tata karma di wilayah tertentu.³²

3. Peranan Persepsi dalam Komunikasi antar Budaya

Dalam pembahasan berikut akan ditinjau bagaimana persepsi individu mengenai dunia sekelilingnya (orang,

³¹ Ibid, hal. 146

³² Ibid, hal. 163-164

benda, dan peristiwa) mempengaruhi berlangsungnya komunikasi antar budaya. Pemahaman dan penghargaan akan perbedaan-perbedaan dalam persepsi diperlukan, jika kita ingin meningkatkan kemampuan berhubungan dengan orang-orang dari kebudayaan-kebudayaan lain. Kita harus belajar mengerti lingkup referensi perseptual mereka.

Seringkali dikatakan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh cara persepsi orang tersebut mengenai lingkungannya, dan perilaku ini dipelajari sebagai bagian dari pengalaman budayanya. Kita memberikan reaksi terhadap stimuli dengan apa yang telah diajarkan oleh kebudayaan. Kebudayaan cenderung untuk menentukan kriteria-kriteria penting bagi persepsi. Karenanya pengertian tentang persepsi secara umum diperlukan sebagai landasan memahami hubungan antara kebudayaan dan persepsi.

Pokok-pokok tentang Persepsi

Persepsi merupakan proses internal yang dilalui individu dalam menseleksi, mengevaluasi, dan mengatur stimuli yang datang dari luar. Secara mudah, persepsi dapat dikatakan sebagai proses individu dalam melakukan kontak/hubungan dengan dunia sekelilingnya. Dengan cara mendengar, melihat, mencium, meraba, merasa, kita dapat mengenal lingkungan dan sadar mengenai apa yang terjadi di luar diri kita. Apa yang terjadi sebenarnya ialah bahwa kita menciptakan bayangan-bayangan internal tentang objek-objek fisik dan sosial serta peristiwa-peristiwa yang dihadapi dalam lingkungan.

Kegiatan-kegiatan perseptual internal ini dipelajari. Setiap orang lahir sudah dengan alat-alat fisik yang penting bagi persepsi, seperti halnya dengan alat untuk mampu berjalan. Dalam hal ini orang harus belajar untuk mempunyai kemampuan tersebut. Kita pun harus belajar menciptakan pengalaman secara individual dari macam-macam stimuli yang diterima. Secara umum proses persepsi melibatkan tiga aspek, yaitu struktur, stabilitas, dan makna. Berikut adalah uraian mengenai ketiga aspek tersebut:

a. Struktur

Jika kita menutup mata, memalingkan muka dan kemudian membuka mata, kita akan langsung melihat lingkungan yang terstruktur dan terorganisasikan. Apa yang kita hadapi mempunyai bentuk, ukuran, tekstur, warna, intensitas dan lain-lain. Kita mengembangkan kemampuan membentuk struktur ini dengan mempelajari kategorisasi-kategorisasi untuk memilah-milah stimulasi eksternal.

Kategorisasi untuk mengklasifikasi lingkungan ini dapat berbeda-beda antara orang yang satu dengan lainnya. Kategorisasi ini tergantung pada sejarah pengalaman dan pengetahuan kita. Obyek-obyek sosial dan fisik juga akan mempunyai struktur yang tergantung pada kebutuhan saat itu. Fungsi, misalnya bisa digunakan sebagai kategori. Contohnya apabila kita terburu-buru ingin menulis, apa pun yang kiranya dapat digunakan untuk menulis, bisa dimasukkan ke dalam kategori mempunyai fungsi sebagai alat menulis.

b. Stabilitas

Dunia persepsi kita yang terstruktur tadi mempunyai kelanggengan, dalam arti tidak selalu berubah-ubah. Melalui pengalaman, kita mengetahui bahwa tinggi/besar seseorang tetap, walaupun ukuran dari bayangan yang terfokus pada mata kita berubah dengan berubahnya jarak. Walaupun alat-alat panca indera kita sangat sensitif, kita mampu untuk secara intern menghaluskan perbedaan-perbedaan atau perubahan-perubahan dari input sehingga dunia luar tampak tetap/tidak berubah-ubah.

c. Makna

Persepsi bermakna dimungkinkan karena persepsi-persepsi terstruktur dan stabil tadi tidak terasingkan/terlepas satu sama lain, melainkan berhubungan setelah selang beberapa waktu. Jika tidak maka setiap masukan yang sifatnya perseptual akan ditangkap sebagai sesuatu yang baru. Dan akibatnya kita akan selalu berada dalam keadaan heran/terkejut/aneh dan tidak ada yang tampak familiar bagi kita.

Maka berkembang dari pelajaran dan pengalaman kita di masa lalu dan dalam kerangka kegiatan yang ada tujuannya. Kita belajar untuk mengembangkan aturan-aturan bagi usaha atau tujuan yang ingin dicapai. Dengan aturan-aturan ini kita bertindak sebagai pemroses aktif dari stimulus. Kita belajar untuk memberi makna pada persepsi-persepsi kita yang dianggap masuk akal jika dihubungkan dengan

pengalaman masa lalu, tindakan dan tujuan masa sekarang, dan antisipasi kita tentang masa depan.

Suatu hal yang pokok dalam makna ini ialah sistem kode bahasa. Dengan kemampuan bahasa, kita dapat menangkap stimulasi eksternal dan menghasilkan makna dengan memberi nama dan merumuskan kategorinya. Dengan memberi kode secara linguistic pada pengalaman-pengalaman, kita dapat mengingat, memanipulasi, dan membagi bersama dengan orang lain, serta menghubungkan mereka pada pengalaman-pengalaman lain melalui penggunaan kata-kata yang mencerminkan pengalaman-pengalaman itu. Makna karenanya, tidak dapat dilepaskan dari kemampuan bahasa dan tergantung pada penggunaan kita atas kata-kata yang dapat memberi gambaran secara tepat.³³

Dimensi-dimensi Persepsi

Dari pembahasan sebelumnya, untuk memahami bekerjanya proses tersebut kita harus menyadari akan adanya dua dimensi pokok/fundamental dari persepsi, yaitu dimensi fisik (mengatur/mengorganisasi), dan dimensi psikologis (menafsirkan). Kedua dimensi ini secara bersama-sama bertanggungjawab atas hasil-hasil persepsi, sehingga pengertian tentangnya akan memberi gambaran tentang bagaimana persepsi terjadi.

³³ Op. cit, Drs. Daryanto, hal. 234-236

1) Dimensi Persepsi secara Fisik

Dimensi ini menggambarkan perolehan kita akan informasi tentang dunia luar. Tahap permulaan ini mencakup karakteristik-karakteristik stimulasi yang berupa energy, hakikat, dan fungsi mekanisme penerimaan manusia (mata, telinga, hidung, mulut, dan kulit) serta transmisi data melalui urat syaraf menuju otak, untuk kemudian diubah ke dalam bentuk yang bermakna.

2) Dimensi Persepsi secara Psikologis

Dibandingkan dengan penanganan stimuli secara fisik, keadaan individu (seperti kepribadian, kecerdasan, pendidikan, emosi, keyakinan, nilai, sikap, motivasi, dan lain-lain) mempunyai dampak yang jauh lebih menentukan terhadap persepsi mengenai lingkungan dan perilaku. Dalam tahap ini, setiap individu menciptakan struktur, stabilitas, dan makna dalam persepsinya, serta memberikan sifat yang pribadi dan penafsiran mengenai dunia luar.

Proses seleksi dalam persepsi mengenai suatu objek dan lingkungan sekelilingnya, menurut Samovar (1981) secara umum melibatkan tiga hal yang saling berkaitan yakni: *selective exposure* (seleksi terhadap pengenalan pesan/stimulus), *selective attention* (seleksi dalam hal perhatian), dan *selective retention* (seleksi yang menyangkut retensi/ingatan).³⁴

³⁴ Ibid, hal. 237-238

4. Persepsi dan Kebudayaan

Pengaruh khusus kebudayaan pada proses persepsi sulit diketahui karena seringkali tidak dapat dipastikan apakah pengalaman pribadi atau latar belakang kebudayaan yang bertanggungjawab atas terjadinya keragaman persepsi yang ada pada orang-orang. Namun demikian, diasumsikan bahwa gabungan antara pengalaman pribadi dan latar belakang budayalah yang cenderung merupakan pendorong atau penyebab dari timbulnya persepsi.

Suatu tahap penting dari persepsi, sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, adalah pemberian makna pada objek-objek dan peristiwa-peristiwa yang terjadi di lingkungan sekitar. Walaupun masing-masing mempunyai makna objektif, misalnya tentang pohon, setiap orang akan mengakuinya sebagai pohon namun setiap orang juga dapat memberikan makna subjektif. Makna subjektif ini ditemukan oleh pengalaman dan kebudayaan. Semakin besar perbedaan yang menyangkut latar belakang pengalaman dan budaya, semakin besar pula perbedaan yang menyangkut persepsi. Perbedaan ini selanjutnya akan menimbulkan adanya tingkah laku dan reaksi yang berbeda, biarpun objek yang jadi pusat perhatian adalah sama.

Kebudayaan juga memiliki kekuatan sebagai pemersatu dalam pembentukan persepsi dari sekelompok masyarakat. Perbedaan individual di antara sekelompok masyarakat yang punya kebudayaan yang sama jelas akan selalu ada. Namun, perbedaan ini tidak akan seberapa besar variasinya dibandingkan dengan perbedaan-perbedaan di

antara orang-orang yang berbeda kebudayaannya. Besarnya perbedaan dalam suatu kebudayaan tergantung dari kebudayaan itu sendiri. Suatu kebudayaan yang bersifat pluralistik seperti yang ada di Indonesia atau Amerika Serikat, akan menghasilkan variasi yang lebih besar dibandingkan dengan kebudayaan di Jepang atau Korea, yang relative bersifat “homogeny”.

Bagaimana latar belakang kebudayaan mempengaruhi pengambilan keputusan orang dari persepsi mengenai suatu peristiwa. Dan kebudayaan dapat berpengaruh dalam pembentukan persepsi mengenai makna subjektif dari suatu objek.³⁵

5. Hubungan antara Persepsi dan Perilaku

Marshal R. Singer (dalam Samovar & Porter, 1982) mengajukan suatu model perseptual dalam menjelaskan hubungan antara persepsi dan perilaku, khususnya mengenai peranan persepsi terhadap pembentukan perilaku. Model ini berlandaskan pada dasar pemikiran (*premises*) yang dikemukakan oleh para ahli antropologi budaya, sosiologi, psikologi, komunikasi, dan linguistic. Beberapa dari dasar pemikiran ini sudah diakui secara umum, sementara yang lainnya masih merupakan hipotesis dan sekedar penjelasan (*definisional*). Tentang hal ini, Singer sendiri mengatakan bahwa dalam mengembangkan model ini, beberapa faktor di antaranya mungkin perlu dihilangkan, ditambah atau diubah

³⁵ Ibid, hal. 241-242

kalimat pengungkapannya. Yang penting, menurut Singer adalah pendekatannya.

Secara rinci dasar pemikiran dari Singer tentang peranan persepsi terhadap perilaku ini adalah sebagai berikut:³⁶

- Pola-pola perilaku individual didasarkan atas persepsi individu tentang dunia luar yang umumnya dipelajari
- Karena perbedaan-perbedaan biologis dan pengalaman, tidak ada dua individu yang dapat mempunyai persepsi yang persis sama (identik) tentang dunia luar
- Semakin besar perbedaan biologis dan pengalaman antara individu, semakin besar kemungkinan adanya jurang perbedaan persepsi. Sebaliknya, semakin sama latar belakang biologis dan pengalaman, semakin besar kemungkinan samanya persepsi antar individu.
- Kelompok perseptual dapat dirumuskan sebagai sejumlah individu yang mempersepsikan beberapa aspek dari dunia luar secara relatif sama
- Kemudahan untuk berkomunikasi akan meningkatkan secara tetap derajat persamaan dari persepsi (melalui mekanisme feedback), yang pada gilirannya akan menyebabkan lebih mudahnya komunikasi. Dengan demikian terdapat kecenderungan penguatan terus-menerus identitas kelompok
- Pola persepsi dan perilaku yang diakui dan diharapkan oleh suatu kelompok identitas disebut suatu kebudayaan.

³⁶ Ibid, hal. 243-245

Karena setiap kelompok bisa dianggap mempunyai kebudayaannya sendiri

- Karena faktor-faktor lingkungan dan biologis selalu berubah maka persepsi, sikap, dan nilai pun akan selalu berubah. Akibatnya, penentuan tingkat identitas kelompok juga selalu berubah dan kelompok-kelompok perseptual baru secara tetap terbentuk, sementara kelompok-kelompok yang sudah ada selalu dalam keadaan terus menerus berubah.

Stereotip dan Prasangka

Sebagaimana telah dijelaskan, melalui persepsi kita menciptakan stabilitas, struktur, dan makna bagi lingkungan di sekitar kita. Kita belajar untuk memberi nama pada benda-benda dan mengembangkan kategori-kategori agar mudah untuk mengenali benda-benda dan peristiwa-peristiwa di lingkungan sekitar, sehingga cocok dengan struktur dan makna yang ada pada diri kita sendiri. Salah satu cara yang dipergunakan dalam pengembangan kategori ini adalah stereotip dan prasangka.

Menurut Samovar, Porter, dan Jain (1981), pengertian stereotip menunjuk pada suatu keyakinan yang terlalu digeneralisasikan, terlalu dibuat mudah, disederhanakan, atau dilebih-lebihkan mengenai suatu kategori atau kelompok orang tertentu. Dalam konteks masyarakat Indonesia, kita mengenal beberapa stereotip tentang kelompok-kelompok etnis di Indonesia. Keyakinan demikian biasanya relatif bersifat kaku dan diwarnai emosi. Jika kategori merupakan

konsep yang netral, factual, dan tidak menilai maka stereotip muncul apabila kategori telah terbebani oleh gambaran-gambaran dan penilaian-penilaian yang relative bersifat subjektif.

Secara umum terdapat empat dimensi dari stereotip, yakni: arah (*direction*), intensitas, ketepatan, dan isi khusus. Penjelasan mengenai keempatnya adalah sebagai berikut:³⁷

- Arah (*direction*), yakni menunjuk arah penilaian, apakah positif atau negatif
- Intensitas, yakni menunjuk pada seberapa kuatnya keyakinan dari suatu stereotip
- Ketepatan, artinya ada stereotip yang betul-betul tidak menggambarkan kebenaran, atau sebagian tidak benar. Stereotip dapat mengandung unsur kebenaran
- Isi khusus, yaitu sifat-sifat khusus mengenai suatu kelompok. Stereotip dapat berubah dari waktu ke waktu.

Prasangka menurut Samovar dan kawan-kawan (1981), adalah suatu sikap kaku terhadap suatu kelompok orang berdasarkan keyakinan atau prakonsepsi yang salah. Prasangka mengandung arti penilaian dini atau pra-penilaian. Pra-penilaian ini menjadi prasangka hanya bila tidak mudah diubah lagi walaupun telah dihadapkan pada pengetahuan baru tentang hal yang dinilai. Bahkan orang bisa menjadi emosional jika prasangkanya ternyata terancam oleh kenyataan sebaliknya.

Secara umum, prasangka mempunyai tiga karakteristik sebagai berikut:³⁸

³⁷ Ibid, hal. 245-246

- Merupakan sikap yang ditujukan pada kategori tertentu yakni pada sekelompok atau kategori orang tertentu
- Membawa serta keyakinan-keyakinan atau pra-konsepsi yang salah karena didasarkan pada pemikiran-pemikiran yang terlalu disederhanakan, digeneralisasikan, dilebih-lebihkan dan karenanya tidak benar. Prasangka didasarkan pada stereotip, bukan sosiotip yang berlandaskan atas fakta ilmiah atau bukti-bukti factual
- Mempunyai sikap yang secara emosional kaku, dalam arti orang yang mempunyai prasangka tidak mudah untuk mengubah sikapnya, walaupun kemudian ternyata bahwa prasangkanya itu keliru, prasangka bersifat irrasional.

Stereotip dan prasangka merupakan konsep yang saling terkait dan lazimnya terjadi bersama-sama. Seseorang yang mempunyai stereotip terhadap suatu kelompok juga cenderung mempunyai prasangka mengenai kelompok tersebut. Patut dicatat bahwa baik stereotip ataupun prasangka, keduanya merupakan sesuatu yang dipelajari. Kedua hal tersebut juga mempunyai hubungan erat dan saling mempengaruhi dengan komunikasi antar budaya.³⁹

Terdapat lima macam manifestasi akibat dari prasangka yang realisasinya tergantung dari intensitasnya. Kelima macam manifestasi tersebut adalah:⁴⁰

- a. Antikolusi, yakni berbicara dengan teman-teman sendiri atau orang lain mengenai sikap-sikap, perasaan-perasaan,

³⁸ Ibid, hal. 247

³⁹ Ibid, hal. 246

⁴⁰ Ibid, hal. 249

pendapat-pendapat, dan stereotip tentang kelompok orang tertentu

- b. Penghindaran diri, yakni menghindarkan diri dari setiap kesempatan untuk bertemu dan berkomunikasi dengan kelompok orang yang tidak disukai
- c. Diskriminasi, yakni membuat perbedaan-perbedaan melalui tindakan-tindakan aktif
- d. Serangan fisik, merupakan bentuk kegiatan kekerasan fisik yang didorong oleh emosi
- e. Pemusnahan, merupakan bentuk manifestasi prasangka yang intensitasnya paling keras atau kuat

Perbedaan antara stereotip dan prasangka adalah, stereotip merupakan suatu keyakinan, sementara prasangka merupakan sikap. Prasangka dapat mencakup gabungan yang menyeluruh dan saling berkaitan dari sejumlah keyakinan. Seperti halnya stereotip, prasangka juga bermacam-macam dilihat dari segi arah dan intensitasnya. Meskipun prasangka lazimnya lebih menekankan unsur negatif, namun prasangka juga dapat bersifat positif. Dilihat dari segi intensitasnya, beberapa orang dapat mempunyai prasangka yang lebih kuat kadarnya dibandingkan dengan orang-orang lainnya. Dikaitkan dengan arahnya maka prasangka positif atau negatif dapat dipandang sebagai suatu *continuum*, dari kadar atau tingkatan yang paling rendah sampai yang paling tinggi intensitasnya. Dalam hal ini stereotip dan prasangka mempunyai korelasi yang erat. Stereotip yang keras juga akan menghasilkan prasangka yang keras.⁴¹

⁴¹ Ibid, hal. 247-248

Berdasarkan uraian sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang searah di antara stereotip, prasangka dan perilaku terbuka. Stereotip akan menimbulkan prasangka, dan prasangka ini selanjutnya merupakan dasar atau pendorong dari terjadinya perilaku terbuka.

Ketiga hal ini dapat digambarkan sebagai berikut:⁴²

STEREOTIP — — ► PRASANGKA — — ► PERILAKU TERBUKA

Persepsi pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh stereotip dan prasangka. Keduanya bukan sesuatu yang dibawa orang sejak lahir (faktor bawaan), dan juga tidak muncul melalui naluri. Sebagaimana halnya dengan keyakinan dan sikap, stereotip dan prasangka muncul karena dipelajari.⁴³

Stereotip dan prasangka mempunyai pengaruh terhadap komunikasi antar budaya. Pengaruh tersebut antara lain meliputi tiga hal. *Pertama*, stereotip dan prasangka dapat menyebabkan tidak terjadinya komunikasi antar budaya. Stereotip dan prasangka negatif yang kuat, menyebabkan orang memilih tempat tinggal dan bekerja di tempat-tempat yang mengurangi kemungkinan terjadinya kontak dengan orang-orang dari kelompok budaya/subbudaya yang tidak disukai. *Kedua*, stereotip dan prasangka cenderung untuk menghasilkan hal-hal yang negatif selama terjadinya proses komunikasi antar budaya, sehingga mempengaruhi kualitas

⁴² Ibid, hal. 249

⁴³ Ibid.

dan intensitas interaksi. *Ketiga*, jika stereotip dan prasangka sangat mendalam maka orang akan terlibat dalam perilaku antikomunitas dan diskriminasi aktif terhadap kelompok orang yang tidak disukai. Hal ini selanjutnya akan membawa pada konfrontasi dan konflik terbuka.⁴⁴

C. Komunikasi dan Konstruksi Sosial Realita

1. Menjembatani Kesenjangan Komunikasi

Salah satu faktor yang menyebabkan komunikasi yang buruk sering diabaikan adalah: warga suatu negeri menggunakan bahasa dan ujaran (*speech*) mereka dengan cara yang berbeda. Bahasa adalah suatu alat komunikasi, yang menyampaikan pesan, namun bahasa lebih jauh dari itu. Ia mempunyai kekuatan dan kelemahan yang mencerminkan karakter dan bahkan filsafat nasional.⁴⁵

Persoalan mengenai orang-orang yang menggunakan gaya ujaran yang berbeda dan memakai bahasa mereka dengan cara nasional tidak hanya menimbulkan kesalahpahaman mengenai ekspresi, namun juga mengenai maksud. Bahasa memang diucapkan dengan kecepatan yang berbeda-beda. Bahasa Hawaii dan bahasa Polinesia hanya mencakup 100 suku kata per menit, sementara bahasa Inggris 200, bahasa Jerman 250, Jepang 310 dan Perancis 350 suku kata per menit.

Karena itu, kita mempunyai berbagai budaya yang menggunakan ujaran yang tidak hanya berdasarkan batasan-

⁴⁴ Ibid, hal. 249-250

⁴⁵ Op. cit, Richard D. Lewis, hal. 94

batasan yang dituntut tata bahasa, kosa kata dan sintaks, namun dengan cara yang dirancang untuk memperoleh dampak yang maksimal. Gaya ujaran yang berlainan ini, apakah digunakan dalam penerjemahan atau tidak, tidak berdaya untuk memperbaiki komunikasi dalam forum internasional.

Kesenjangan komunikasi didasarkan atas tiga aspek: linguistik, praktis, dan budaya. Masalah praktis biasanya paling mudah untuk dipecahkan, karena eksekutif ekspatriat segera mengetahui bagaimana harus berperilaku di suatu Negara. Kesulitan yang lebih besar bagi eksekutif ekspatriat adalah perbedaan perilaku yang berdasarkan perbedaan kultural dan linguistik. Untuk berhasil, secara jangka panjang (untuk memenangkan persaingan) mereka harus memperoleh kecakapan dalam kedua bidang ini.⁴⁶

Kita mencoba mengatasi kendala bahasa dengan mempelajari bahasa mitra kita dengan baik atau menggunakan penerjemah. Metode yang pertama lebih disukai karena kita akan semakin terlibat dalam negosiasi dan mampu mengekspresikan diri kita lebih baik berdasarkan maksud, suasana dan emosi kita. Bila isu yang dibicarakan tidak kontroversial dan agendanya baik, sedikit kesulitan yang muncul. Bila kesalahan-pahaman timbul, bahasa kita tidak menjadi tidak netral lagi dan berayun kembali ke dalam cara yang terikat oleh budaya.⁴⁷

Komunikasi adalah suatu proses dua-arah, yang menyangkut tidak hanya keterampilan komunikasi penyaji

⁴⁶ Ibid, hal. 98

⁴⁷ Ibid, hal. 99-100

pesan, namun yang sama pentingnya, kebiasaan mendengarkan penerima. Budaya-budaya yang berbeda tidak menggunakan ujaran dengan cara yang sama, juga dalam hal mendengarkan. Ada pendengar yang baik dan ada pendengar yang buruk.⁴⁸

2. Komunikasi dan Konstruksi Sosial Realita

Pada bagian ini akan dibahas secara lebih rinci sejumlah konsep yang muncul dari interaksi dan sifat dari proses tumbuhnya pemahaman atas sesuatu hal. Konsep-konsep berikut pada dasarnya menjelaskan realitas sosial dari suatu kelompok atau budaya.

Konsep konstruksi sosial mengenai realitas dikemukakan oleh Alfred Schutz sebagai berikut,

Dalam situasi biografis yang unik di mana saya menemukan diri saya dalam realitas pada suatu saat tertentu dari eksistensi saya, hanyalah bagian yang sangat kecil dari realitas yang dibentuk secara bersama melalui hubungan dengan orang-orang lain.

Pengertian dan pemahaman kita pada dasarnya timbul dari komunikasi kita dengan orang lain. Konsep tentang realitas semacam ini tertanam kuat dalam pemikiran-pemikiran sosiologi. Beberapa tokoh utamanya adalah Peter Berger dan Thomas Luckmann yang menulis buku *'The Social Construction of Reality'*. Kenneth Gergen bahkan menjulukinya sebagai 'gerakan konstruksionis sosial'.

⁴⁸ Ibid, hal. 103

Di antara berbagai aspek terpenting dari kehidupan sosial adalah definisi mengenai diri yang terkait dengan orang lain. Berikutnya kita akan melanjutkan pada dua teori yang menekankan pada peranan komunikasi dalam '*self-definition*', yaitu eksistensi sosial dan personal, dan akuntabilitas sosial (*social accountability*).⁴⁹

a. Eksistensi Sosial dan Personal

Rom Herre, seorang ilmuwan sosial kontemporer menyadari bahwa diri seseorang berdimensi sosial dan individual, Harre memberikan arti penting tentang bagaimana individu berpikir dan menjelaskan perilaku mereka pada masing-masing dimensi.

Harre dan Paul Secord memperkenalkan "ethogeny", yaitu studi tentang bagaimana orang memahami tindakan mereka di dalam suatu peristiwa (episode) tertentu. Sebuah episode adalah suatu rangkaian tindakan yang dapat diperkirakan dan semua pihak yang terlibat mengartikannya sebagai peristiwa yang ada permulaan dan ada akhirnya. Bagaimana arti episode bagi para partisipannya dan bagaimana mereka memahami berbagai tindakan yang membentuk episode merupakan fokus dari ethogeny. Kemudian, bahasa yang dipergunakan orang untuk menggambarkan dan menjelaskan suatu episode mencerminkan pemahaman orang-orang tersebut terhadap episode tadi.

⁴⁹ Ibid, hal. 253-255

Interaksi simbolis menekankan arti penting tentang diri (self). Self ini pula yang menjadi pusat perhatian dalam teori Harre. Sebagaimana halnya dengan pengalaman, diri (self) juga disusun oleh suatu teori personal, yaitu bahwa individu belajar untuk memahami dirinya sendiri melalui satu atau sekelompok teori yang mengkonsepsikan siapakah 'diri' individu tersebut. Harre memberikan penjelasan tentang self sebagai berikut *“Apa saja yang tampak oleh kita sebagai struktur yang terkait erat dengan keberadaan diri kita, saya yakin bersumber pada teori-teori yang berlaku dalam masyarakat.”*

Dengan demikian, pemahaman seseorang mengenai 'self' merupakan suatu konsep teoritis yang berasal dari pengertian tentang kepribadian yang terdapat dalam budaya dan diekspresikan melalui komunikasi.

Teori tentang diri dipelajari melalui interaksi dengan orang lain. Sepanjang hidupnya orang mempelajari bahwa tiap individu memiliki pandangan yang berbeda, dan diri adalah pelaku otonom dengan kekuatan untuk melakukan sesuatu. Harre menunjukkan bagaimana dimensi-dimensi pribadi dan personal sesungguhnya berangkat dari proses sosial. Pemikiran, keinginan, dan emosi kita pada dasarnya dipelajari melalui interaksi sosial.

Konsep diri terdiri dari seperangkat elemen yang dapat dipandang dalam tiga dimensi. Dimensi yang pertama adalah 'display', yaitu bagaimana suatu aspek dari diri dapat dilihat oleh orang lain atau tetap tersimpan secara pribadi. Dimensi kedua adalah realisasi atau sumber. Dimensi ini

mencakup tingkatan di mana beberapa bentuk diri dianggap muncul dari dalam individu, di samping tumbuh dari suatu kelompok. Dimensi ketiga adalah ‘agency’ yaitu tingkat kekuatan aktif yang terdapat pada diri. Elemen-elemen aktif seperti berbicara atau mengemudikan mobil berlawanan dengan elemen-elemen pasif seperti mendengarkan atau menumpang mobil.

Meskipun setiap orang memiliki teori yang berbeda mengenai diri, semua teori mengenai diri mempunyai tiga elemen yang sama. Pertama, semuanya mengandung suatu kesadaran diri (*self-consciousness*). Kedua, adalah ‘agency’ yang mengacu pada kekuatan yang menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu. Elemen ketiga disebut sebagai ‘autobiography’ atau identitas sebagai seseorang yang memiliki sejarah dan masa depan.⁵⁰

b. *Social Accountability*

John Shotter menyajikan suatu teori komunikasi yang berbeda dari Harre. Teorinya memperluas pemikiran konstruksionis dengan menyentuh pokok-pokok bahasan baru yaitu tanggung jawab dan moralitas. Shotter yakin bahwa pengalaman manusia tidak dapat dipisahkan dari komunikasi.

Sejalan dengan prinsip-prinsip konstruksionis, Shotter yakin bahwa orang secara terus-menerus memberikan makna dan memahami pengalaman-pengalaman mereka; mereka berusaha untuk menyimpulkan “apa arti suatu peristiwa, makna-makna apa yang muncul darinya, menandakan apa,

⁵⁰ Ibid, hal. 255-258

mengacu ke mana, merinci apa, dan sebagainya.” Makna yang diberikan pada suatu peristiwa berkaitan erat dengan bahasa yang digunakan untuk menjelaskan peristiwa tersebut di dalam proses komunikasi.

Pengertian dan pengalaman kita tentang realitas terbentuk berdasarkan cara-cara kita berbicara dalam usaha untuk menjelaskannya. Hubungan antara komunikasi dan pengalaman membentuk suatu putaran (loop): komunikasi menentukan bagaimana realitas dipahami (dialami) dan pengalaman (pemahaman) terhadap realitas mempengaruhi komunikasi.

Realitas suatu budaya dicerminkan dalam bentuk ujaran yang dihasilkan oleh para anggota budaya tersebut. Penjelasan yang diberikan oleh para anggota budaya atas perilaku mereka menjadi sangat penting dalam mengekspresikan dan menghasilkan kembali realitas kelompok.⁵¹

Konsep-konsep Pokok Sosial

a. Komunitas dan Identitas

Konsep komunitas telah mulai memainkan peranan penting dalam pebulisan sejarah pada beberapa tahun terakhir. Seperti telah kita lihat, studi tentang komunitas telah menjadi bagian antropologi dan sosiologi sejak pertengahan abad ini. Dalam disiplin ilmu sejarah, tradisi monograf perdesaan memang jauh lebih tua, tetapi studi ini dibuat hanya untuk kepentingan desa itu sendiri, atau sebagai wujud

⁵¹ Ibid, hal. 259-260

kebanggaan lokal, ketimbang sebagai suatu cara untuk memahami masyarakat luas. Studi-studi tentang komunitas pada awal Inggris modern juga mengungkap kontras budaya antara berbagai macam permukiman di lingkungan yang berbeda-beda.⁵²

Istilah lain yang dihasilkan oleh ritual-ritual ini adalah “identitas” kolektif, sebuah konsep yang telah semakin dikenal luas dalam beberapa disiplin ilmu. Pembentukan identitas nasional khususnya telah mendorong munculnya sejumlah karya terbaru yang hebat. Penelaahan perwujudan identitas tersebut dalam bentuk lagu kebangsaan, bendera Negara, dan upacara-upacara nasional. Kekuatan ingatan, kekuatan imajinasi, dan kekuatan simbol – khususnya bahasa – dalam membentuk suatu komunitas kini semakin diakui.

Cara mengidentifikasi identitas suatu kelompok dengan membandingkan atau mengontraskannya dengan identitas kelompok-kelompok lain telah disorot di dalam sebuah karya besar antropologi sejarah yang menelaah orang-orang kulit hitam di dua benua.⁵³

b. Kelas dan Status

Stratifikasi sosial adalah pokok bahasan yang sering membuat sejarawan tergoda untuk menggunakan istilah-istilah teknis seperti “kasta”, “mobilitas sosial”, dan sebagainya, tanpa menyadari persoalan-persoalan yang

⁵² Peter Burke, *Sejarah dan Teori Sosial*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta: 2015, Edisi kedua, hal. 81

⁵³ *Ibid*, hal. 83-84

berhubungan dengan istilah-istilah tersebut atau tanpa mengetahui perbedaan-perbedaan yang menurut para teoritis sosial tidak boleh diabaikan.

Dalam kasus “kelas”, ada kesesuaian yang jelas antara model para pelaku dan model yang digunakan sejarawan. Meskipun demikian, kekuatan dan kelemahan sebuah model semakin tampak dan nyata apabila model ini diperluas, maksudnya bila model itu digunakan untuk daerah yang bukan dipertunjukkan baginya. Jadi, tentu akan lebih jelas jika upaya-upaya yang lebih kontroversial yang menganalisis masyarakat pra-industri dari perspektif dari perspektif kelas pun dibuka.⁵⁴

Model lapisan sosial tampaknya paling cocok untuk masyarakat perindustri sementara model kelas sesuai untuk masyarakat industri, tetapi ada juga pelajaran yang bisa dipetik apabila model-model ini digunakan untuk kondisi sebaliknya.⁵⁵

c. Mobilitas Sosial

Seperti istilah “kelas”, mobilitas sosial adalah suatu istilah yang amat dikenal sejarawan, dan sejumlah monograf, konferensi, dan edisi khusus jurnal telah diabdikan untuk tema yang satu ini. Para sejarawan mungkin kurang mengenal beberapa perbedaan yang dibuat oleh para sosiolog tentang istilah tersebut, paling tidak tiga di antaranya yang tampaknya perlu diadopsi dalam praktik sejarah.

⁵⁴ *Ibid*, hal. 85

⁵⁵ *Ibid*, hal. 89

Ada dua masalah utama dalam sejarah mobilitas sosial, perubahan laju mobilitas dan perubahan modus monilitas. Tak kalah penting, ada satu perbedaan yang perlu ditegaskan antara apa yang disebut mobilitas nyata (*visible*) kaum pria pada masyarakat patrilineal, dan mobilitas tersembunyi (*invisible*) kaum perempuan lewat perkawinan yang memungkinkan mereka mengganti nama keluarga.

Pertanyaan mustahak (krusial) tentang mobilitas sosial suatu masyarakat tertentu relative sifatnya. Misalnya, apakah laju mobilitas sosial (baik mobilitas ke atas maupun ke bawah) di Inggris abad ke-17 lebih tinggi atau lebih rendah daripada yang terjadi di Prancis dan Jepang pada abad yang sama, atau dengan yang terjadi di Inggris pada abad sebelum atau sesudahnya. Untuk itu, pendekatan komparatif kuantitatif tampaknya merupakan suatu keharusan.⁵⁶

d. Modal Sosial dan Budaya

Menurut Bourdieu, misalnya sebuah hadiah atau hiburan mewah. Yang tampaknya mubadzir, sejatinya bermakna mengonversi modal ekonomi ke modal politik, sosial, budaya, atau modal simbolis. Upaya itu bisa dianggap sebagai upaya kurang nyata benefitnya saat ini tapi bisa sebagai investasi pada masa mendatang. Konversi ini bermakna apa yang disebut olehnya sebagai “reproduksi budaya”, yang mengacu pada kecenderungan suatu masyarakat secara umum, dan sistem pendidikan secara

⁵⁶ Ibid, hal. 90-92

khusus, untuk memproduksi sendiri dengan cara menanamkan pada generasi muda nilai-nilai masa lalu.

Konsep “reproduksi budaya” berguna dalam menarik perhatian bagi upaya yang terlibat dalam ranah ini, dalam kata lain adalah menjaga masyarakat kurang lebih seperti itu. Konsep “modal sosial” tampak menjadi netral dan deskriptif tetapi sebenarnya normatif, menyiratkan bahwa demokrasi ala Barat merupakan terbaik bagi pemerintahan. Namun menggunakan konsep modal sosial secara netral, bisa dikatakan dengan logis bahwa Utara dan Selatan memiliki bentuk yang berbeda dalam hal norma maupun jaringan di mana dimobilisasikan untuk tujuan berbeda dengan efektifitas yang setara. Ada dua bentuk norma dalam model sosial di Italia Selatan, bentuk pertama adalah keluarga dan bentuk kedua adalah *patronage* (perlindungan).⁵⁷

3. Pendekatan *Rules* dalam Studi Komunikasi

‘*Rules*’ merupakan suatu mekanisme di mana perilaku sosial diorganisasikan. Struktur dari interaksi hanya dapat dipahami melalui aturan-aturan (*rules*) yang mengaturnya. ‘*Rules*’ mempengaruhi pilihan yang ada pada situasi tertentu, dan karena sifatnya yang konstektual ‘*rules*’ menjelaskan mengapa orang berperilaku sama dalam situasi yang serupa dan berperilaku lain pada situasi yang berbeda.

Pendekatan ‘*rules*’ berawal dari studi filsafat yang dikenal sebagai filsafat bahasa (*ordinary language philosophy*). Beberapa bidang studi lain yang juga

⁵⁷ Ibid, hal.102-105

dipengaruhi oleh studi filsafat ini antara lain adalah komunikasi ujaran, antropologi, bahasa, psikologi, dan sosiologi. Perspektif '*rules*' mencakup sejumlah definisi. Berikut adalah beberapa pendekatan '*rules*' yang dikemukakan oleh Barnett Pearce:

a. Pendekatan '*rule-following*'

Pada pendekatan ini '*rules*' dipandang sebagai pengatur perilaku, di mana pola-pola pengulangan terjadi "sebagai suatu aturan". Pearce menyebutkan sebagai hukum-hukum yang lunak karena diterapkan dalam bentuk pernyataan mengenai apa yang diharapkan terjadi dalam suatu situasi tertentu. Pendekatan ini sangat deskriptif walau tidak banyak menjelaskan mengapa terjadi pengulangan pola-pola tertentu. Pendekatan ini bertujuan untuk mendaftar/menyusun berbagai perkiraan perilaku.

b. Pendekatan '*rule-governed*'

Disini '*rules*' dipandang sebagai apa yang seharusnya atau tidak seharusnya dilakukan untuk mencapai suatu tujuan dalam suatu situasi tertentu. Pendekatan ini berusaha untuk mengungkap tujuan-tujuan seseorang dan merumuskan cara-cara mencapai tujuan yang dapat diterima oleh masyarakat.

Pendekatan ini menganggap bahwa orang memahami aturan-aturan tersebut dan memiliki kekuatan untuk menaati atau melanggarnya. Pendekatan ini juga berasumsi bahwa orang biasanya bertindak secara sadar, memiliki tujuan, dan rasional.

c. Pendekatan '*rule-using*'

Pendekatan ini mirip dengan '*rule-governed*' hanya saja situasi sosial yang dihadapi lebih kompleks. Seseorang pada dasarnya dihadapkan pada berbagai aturan untuk mencapai berbagai tujuan. Pendekatan ini memberikan suatu dasar untuk mengevaluasi pilihan-pilihan yang diambil seseorang dalam situasi sosial atau memungkinkannya untuk membuat pilihan-pilihan baru. Pendekatan ini juga memberi kita peluang untuk mengkaji kompetensi komunikasi dengan mengamati sejauh mana seseorang dapat dengan baik memilih tujuan dan aturan yang sesuai untuk mempersiapkan suatu interaksi (komunikasi). Pendekatan yang cukup luas ini lebih sesuai untuk mengkaji persiapan pidato, pengorganisasian suatu pertemuan, penulisan surat dan berbagai situasi lainnya di mana ditemukan heterogenitas aturan.⁵⁸

4. Teori Rules dalam Studi Komunikasi

Setelah pembahasan mengenai pendekatan '*rules*' dalam studi komunikasi pada yang telah memberikan cukup pemahaman yang kita perlukan sebagai landasan untuk memandang realitas sebagai konstruksi sosial dan faktor komunikasi yang berperan di dalamnya maka pada bahasan berikut kita akan masuk pada teori-teori yang lebih spesifik dari pendekatan '*rules*' dalam studi komunikasi.

⁵⁸ Ibid, hal. 260-263

Ada tiga teori penting yang akan dibahas, yaitu teori ‘*rule-governing*’ dari Shimanoff, teori ‘*contingency rules*’, dan ‘*coordinated management of meaning*’.

Teori ‘*rule-governing*’

Setelah meneliti berbagai literature mengenai aturan-aturan (*rules*), Susan Shimanoff memformulasikan suatu pandangan menyeluruh mencakup apa yang ia nyatakan sebagai pemikiran terbaik dalam pendekatan *rule governing*. Ia juga memberi banyak masukan pada pendekatan ini sehingga dapat diterapkan untuk mengkaji komunikasi. Dialah yang pertama mengembangkan ‘*rules theory*’ di bidang komunikasi yang memiliki potensi untuk menjelaskan dan menyatukan berbagai pemikiran di bidangnya.

Shimanoff mendefinisikan suatu aturan sebagai “suatu ketentuan yang dapat diikuti/ditaati yang memberikan indikasi mengenai perilaku mana yang diwajibkan, lebih disukai, atau dilarang dalam konteks tertentu”. Definisi ini mencakup empat elemen sebagai berikut:

Pertama, ‘*rules*’ harus dapat ditaati/diikuti. Kriteria ini menyatakan bahwa seseorang dapat memilih untuk menaati atau melanggar suatu aturan jika seseorang tidak memiliki pilihan untuk bertindak maka suatu aturan jika seseorang tidak memiliki pilihan untuk bertindak maka suatu aturan tidak dapat ditaati. Seperti halnya dengan hukum alam yang pada dasarnya tidak diikuti secara sadar, melainkan dipenuhi.

Kedua, 'rules' bersifat menentukan. Suatu rangkaian tindakan memiliki aturan-aturan yang membentuknya dan kegagalan untuk melaksanakan apa yang telah ditentukan dapat dicela/dikritik. Aturan dapat menunjukkan apa yang menjadi kewajiban, lebih disukai, atau dilarang, dan penilaian negatif dapat terjadi jika aturan tersebut tidak ditaati. Jadi, 'rules' tidak dapat menjelaskan apa saja perilaku-perilaku yang diizinkan karena tidak ada nada celaan yang mungkin menyertai jika perilaku tersebut tidak dipilih.

Ketiga, 'rules' bersifat kontekstual. Shimanoff menyatakan bahwa tiap teori bervariasi dalam tingkat kontekstualitasnya. Beberapa menyatakan bahwa aturan bersifat 'idiosyncratic', yaitu tiap situasi memiliki seperangkat aturan sendiri. Sementara lainnya lebih melihat aturan dalam perspektif yang lebih luas dan bersifat universal yang berlaku pada hampir setiap situasi. Dalam hal ini Shimanoff menempatkan dirinya di tengah perbedaan tersebut.

Keempat, 'rules' merinci perilaku yang sesuai, yaitu dengan menunjukkan apa yang dapat dilakukan dan tidak dapat dilakukan. Meskipun demikian aturan tidak merinci bagaimana kita harus berpikir, merasa, atau mengartikan.

Untuk mengetahui suatu aturan dengan tepat, kita harus dapat mengenal konteksnya dan perilaku-perilaku yang diwajibkan, disukai, atau dilarang. Aturan juga harus dinyatakan dalam suatu bentuk yang menunjukkan bahwa aturan tersebut memungkinkan untuk ditaati.

Salah satu kontribusi Shimanoff yang paling menarik adalah model mengenai aturan perilaku, yang menjelaskan bagaimana cara-cara orang berhubungan dengan aturan dalam interaksi. Model ini mengidentifikasi delapan bentuk hubungan perilaku dengan aturan. Empat di antaranya adalah perilaku yang sesuai dengan aturan, dan empat lainnya menyimpang dari aturan, semuanya berbentuk pasangan yang saling berlawanan.⁵⁹

Teori Aturan “Kontingensi” (*contingency rules*)

Teori aturan kontingensi yang dikemukakan oleh Mary John Smith, menerapkan pendekatan penggunaan aturan terhadap situasi-situasi persuasive (*compliance gaining*). Teori ini memiliki tiga sumbu, yaitu: orang bertindak karena memiliki tujuan tertentu dan tindakannya dipengaruhi oleh perkiraan akan hasil yang didapat; persuasi dikendalikan lebih pada pilihan-pilihan pribadi seseorang dari pada pengaruh orang lain; ganjaran dari orang lain hanya berarti dalam konteks tujuan-tujuan dan ukuran-ukuran pribadi seseorang.

Aturan bersifat kontingensi, atau konteks-spesifik, yaitu aturan yang tergantung pada situasi di mana persuasi berlangsung. Banyak aspek-aspek dari konteks berada di luar kontrol partisipan komunikasi, meskipun demikian ada aspek yang tercipta karena tindakan para partisipan komunikasi itu sendiri. Faktor-faktor kontekstual ini meliputi sifat hubungan antar partisipan, tujuan mereka, dan tingkat kesepakatan atau

⁵⁹ Ibid, hal. 268-272

ketidak-sepakatan terhadap subjek yang sedang dibicarakan. Hubungan yang berbeda akan memiliki aturan yang berbeda pula. Jika tujuan para partisipan berubah maka aturannya juga akan berubah, dan aturan yang berlaku pada situasi di mana para partisipannya menemukan kesepakatan menjadi tidak berlaku pada situasi di mana para partisipan saling tidak sepakat.

Teori ini memberikan pengertian yang cukup mendalam mengenai pendekatan ‘*rules*’, dan menunjukkan fenomena di mana teori ini berangkat dari model-model komunikasi linier. Selanjutnya kita akan beralih pada teori penggunaan aturan yang paling komprehensif, yaitu koordinasi pengelolaan makna.⁶⁰

Teori Koordinasi Pengelolaan Makna (*coordinated management of meaning*)

Teori yang dikembangkan oleh W. Bamett Pearce dan Vemon Cronen ini mengintegrasikan *symbolic interactionism*, *ethogeny*, *system theory*, *speech acts*, dan *relational communication* sebagai suatu teori komunikasi yang komprehensif. *Coordinated management of meaning* (CMM) menarik bukan karena semata-mata telah mengintegrasikan sejumlah besar teori sebelumnya, tetapi juga karena penerapannya yang luas pada berbagai situasi komunikasi.

Pearce dan Cronen meminjam konsep aturan ‘*constitutive*’ dan ‘*regulative*’ dari teori tindak ujaran, dan menempatkannya sebagai pusat kajian mereka. Dalam CMM,

⁶⁰ Ibid, hal. 274-275

aturan ‘*constitutive*’ pada dasarnya merupakan aturan-aturan makna (*rules of meaning*), yang digunakan oleh para partisipan komunikasi untuk mengartikan atau memahami suatu peristiwa. Aturan ‘*regulative*’ sesungguhnya merupakan aturan-aturan tindakan (*rules of action*) yang digunakan untuk menentukan bagaimana memberi respons atau berperilaku. Aturan-aturan makna dan tindakan selalu dipilih dalam suatu konteks. Konteks di sini merupakan kerangka acuan di mana suatu tindakan memiliki makna, dan respons seseorang akan berbeda dari satu konteks ke konteks yang lain.

Ada sejumlah keterangan yang dapat ditambahkan untuk memperjelas pandangan Pearce dan Cronen. *Pertama*, tiap konteks merupakan bagian dari konteks yang lebih tinggi. *Kedua*, susunan konteks tidak selalu berlaku umum/universal; artinya akan terus menerus berganti susunannya. *Ketiga*, kemungkinan hadirnya konteks lain yang menentukan interpretasi dan tindakan-tindakan. Jika aturan-aturan interpretasi tetap konsisten sepanjang *loop* maka *loop* tersebut dinyatakan menyenangkan (*charmed*), atau memperkuat diri (*selfconfirmatory*).

Pokok persoalan bagi koordinasi adalah: Tiap individu harus menggunakan aturan-aturan untuk menginterpretasi dan menanggapi tindakan orang lainnya. Sebagai contoh, seorang anak mencoba untuk mengambil kembali bola yang sebelumnya secara tidak sengaja terlempar ke rumah tetangganya dan membuat pecah kaca jendela. Tetangganya, seorang wanita, akan memulai komunikasi

dengan struktur aturan sebagai berikut. *'Constitutive rule'*: Jika saya berkata "Apakah ini bola kamu?" dengan nada keras maka tindakan ini akan diterima sebagai amarah, menuntut pengakuan, dan ancaman. *'Regulative rule'*: Tindakan saya, yang dianggap sebagai amarah, akan mengundang tangis dan permintaan maafnya. Kemudian kemarahan saya akan berkurang dan saya akan mengembalikan bolanya. Si anak sebaliknya memiliki perangkat aturan yang berbeda.⁶¹

Teori *'rule-governing'* mengasumsikan bahwa setiap fenomena komunikasi dipandu oleh aturan-aturan yang bekerja di dalamnya. Suatu aturan adalah ketentuan yang dapat diikuti/ditaati yang memberikan indikasi mengenai perilaku mana yang diwajibkan, lebih disukai, atau dilarang dalam konteks tertentu.

Teori kontingensi menjelaskan bahwa aturan bersifat kontingensi, atau konteks spesifik, yaitu tergantung pada situasi di mana komunikasi berlangsung. Aturan dipelajari melalui interaksi dalam kelompok sosial. Seiring dengan waktu orang mengendapkan (*internalize*) sebagian dari aturan tersebut dan menggunakannya sebagai panduan dalam bertindak.

Persoalan mendasar dalam komunikasi adalah ketika seseorang hendak berinteraksi, orang tersebut tidak akan tahu secara persis aturan-aturan apa yang akan dipakai oleh pasangan interaksinya. Oleh karenanya, tugas utama dalam setiap komunikasi adalah untuk mencapai dan kemudian

⁶¹ Ibid, hal. 276-279

mempertahankan beberapa bentuk koordinasi. Koordinasi adalah menjalin tindakan seseorang dengan orang lainnya sampai pada suatu titik perasaan di mana suatu rangkaian tindakan dianggap logis. Orang-orang yang berkomunikasi dalam suatu pertukaran kebutuhan/keinginan/tujuan, tidak sama dalam menginterpretasikan peristiwa tersebut, tetapi masing-masing harus merasa, dari sistem aturan yang ada dalam dirinya, bahwa apa yang terjadi adalah masuk akal. Ini adalah esensi dari koordinasi yang dijelaskan melalui teori CMM (*Coordinate Management Meaning*).⁶²

5. Teori-teori Komunikasi tentang Bahasa dan Budaya

Secara umum dikatakan bahwa studi mengenai hubungan antara bahasa dan budaya dikenal sebagai '*sociolinguistics*'. '*sociolinguistics*' adalah suatu pengertian yang sangat luas dan mencakup setiap studi tentang bahasa yang menggunakan data sosial, atau sebaliknya, yaitu setiap studi mengenai kehidupan sosial yang menggunakan bahasa sebagai salah satu data. Walau pengertian ini belum disepakati oleh semua ilmuwan bahasa dan budaya, paling tidak itulah pengertian yang secara umum dipahami mengenai teori dan penelitian '*sociolinguistics*'. Dimana '*sociolinguistics*' sangat berbeda dengan pendekatan structural, yang memandang bahasa sepenuhnya independen dari cara-cara di mana bahasa tersebut dipergunakan.

Dewasa ini, para ilmuwan bahasa menganggap bahwa bahasa dipengaruhi oleh kaidah-kaidah bahasa dan faktor-

⁶² Ibid, hal. 280-281

faktor sosial budaya. Berikut ini kita akan membahas dua kontribusi teoritis terhadap bahasa dan budaya. *Pertama* adalah relativitas linguistic, yang merupakan teori klasik dalam studi ini. *Keuda*, etnografi komunikasi yang akhir-akhir ini populer dan berpengaruh dalam kajian ilmu sosial.⁶³

Relativitas Linguistik

Hipotesis Sapir-Whorf, yang dikenal sebagai teori relativitas bahasa, merupakan karya Edward Sapir dan Benjamin Lee Whorf. Whorf sangat dikenal dalam studi linguistic, terutama dengan analisisnya terhadap ‘Hopi’. Whorf menemukan adanya perbedaan sintaksis yang mendasar, yang membentuk kelompok-kelompok bahasa. Hipotesisnya menyatakan bahwa “struktur bahasa suatu budaya menentukan perilaku dan pola pikir dalam budaya tersebut”.

Hipotesis ini menunjukkan bahwa proses berpikir kita dan cara kita memandang dunia dibentuk oleh struktur gramatika dari bahasa yang kita gunakan. Seperti reaksi yang mengatakan “Sepanjang kehidupannya orang telah disiasati oleh struktur bahasa ke dalam suatu cara tertentu untuk menangkap dan menemani realitas.”

Whorf menghabiskan banyak waktunya untuk meneliti hubungan antara bahasa dan perilaku. Studinya terhadap masyarakat Hopi menggambarkan hipotesisnya relativitas tersebut. Sebagaimana halnya setiap kelompok budaya, masyarakat Hopi memiliki suatu pemikiran tentang

⁶³ Ibid, hal. 281-282

dunia mikrokosmos yang mencerminkan dunia secara menyeluruh atau makrokosmos.

Sebagai hasil dari perbedaan linguistic ini, budaya-budaya Hopi dan SAE akan berpikir, merasa, dan berperilaku terhadap waktu secara berbeda pula. Dalam budaya SAE yang mengenal pembagian waktu, pengalaman tidak terakumulasi dalam artian yang sama. Elaborasi dan persiapan-persiapan yang panjang jarang ditemukan. Kebiasaan dalam budaya SAE adalah merekam peristiwa (dengan analogi ruang waktu) seperti apa yang terjadi di masa lalu diwujudkan dalam ruang (direkam). Whorf meringkas pandangan tersebut: “Konsep-konsep mengenai ‘waktu’ dan ‘perihal’ tidak diberikan oleh pengalaman dalam bentuk yang sama secara mendasar bagi semua orang, tetapi tergantung pada sifat bahasa melalui penggunaan bahasa yang telah mereka kembangkan.”⁶⁴

Etnografi Komunikasi

Etnografi adalah semacam studi budaya di mana pengamat dari luar budaya tersebut berusaha untuk mengartikan perilaku kelompok yang dipelajari. Studi semacam itu membuat orang dari berbagai budaya saling memahami satu dengan lainnya. Etnografer tidak hanya menjabarkan perilaku dari suatu kelompok, tetapi berusaha untuk menyusun suatu model interpretasi yang memungkinkan seseorang untuk memahami perilaku tersebut. Proses interpretasi ini merupakan satu dari tindakan-

⁶⁴ Ibid, hal. 282-284

tindakan yang berhubungan dengan pola-pola tindakan yang lebih luas dalam rangka menemukan makna secara parsial maupun secara keseluruhan. Persepsi etnografer mungkin tidak akan sama dengan persepsi orang yang berada dalam budaya yang dipelajari, tetapi orang tersebut akan dapat menerima pandangan etnografer.

Masalah etnografis muncul dengan putusnya saling pengertian. Seringkali etnografer memandang masalah tersebut terjadi ketika dia mengekspose persoalan-persoalan untuk kepentingan penelitian. Dia mungkin menyaksikan sesuatu yang tidak dapat dipahami berdasarkan konsep yang dia miliki dan berusaha untuk mengatasi kesulitannya untuk menciptakan penjelasan yang dapat dipahami. Etnografi berusaha untuk mencapai kejelasan dengan memahami praktik-praktik yang masih dianggapnya asing.

Proses etnografis adalah suatu tahapan bolak balik antara konsep yang berada dalam budaya yang disebut "*experience-near*" dan konsep-konsep pengamat yang disebut "*experience-distan*". Sampai akhirnya terbentuk konseptualisasi yang memungkinkan pengamat untuk mengartikan suatu fenomena yang mendekati konsep "*experience-near*"; dan konseptualisasi dari etnografer tersebut akan dapat dipahami pula oleh orang-orang luar lainnya. Etnografer tentu saja tidak memulai studinya dengan tangan kosong. Pengalaman sebelumnya tentu memberikan semacam skema untuk memahami suatu peristiwa. Etnografi merupakan suatu proses di mana pemahaman seseorang akan semakin meningkat dan akurat.

Etnografi komunikasi adalah penerapan metode-metode etnografi pada pola komunikasi suatu kelompok. Di sini pengamat berusaha untuk menginterpretasikan bentuk komunikasi yang digunakan oleh para anggota kelompok atau budaya. Pencetus tradisi penelitian semacam ini adalah antropolog Dell Hymes. Hymes mengemukakan bahwa linguistic formal saja tidak akan cukup untuk mengungkap suatu pemahaman yang lengkap mengenai bahasa karena pendekatan tersebut mengesampingkan cara-cara penggunaan bahasa yang sangat berbeda dalam komunikasi sehari-hari.

Apa yang dianggap sebagai peristiwa komunikasi dalam suatu budaya tidak dapat ditentukan sebelumnya. Tiap budaya memiliki praktik komunikasi yang berbeda. Meskipun demikian, dalam bentuk komunikasi yang bagaimanapun akan terdapat suatu “pesan” yang mensyaratkan kesamaan lambang, partisipan yang tahu dan menggunakan lambang tersebut, saluran, setting, suatu bentuk pesan, suatu topic, dan suatu peristiwa yang diciptakan oleh penyampaian pesan tersebut.

Skema pertama etnografer unruk memahami komunikasi dalam kelompok dapat dimulai dengan model “pesan” ini. Meskipun demikian, hanya dengan model ini saja berjumlah cukup karena tidak dapat menyampaikan kejadian spesifik apa yang sejauh dianggap demikian oleh orang dalam budaya tersebut. Komparasi etnografi mencakup tingkatan skema yang lebih tinggi yang memungkinkan untuk memahami dan membandingkan praktik-praktik dari berbagai budaya. Bagi Hymes, komparasi etnografi merupakan “suatu

bagian yang diperlukan bagi kemajuan kearah model-model deskripsi sosiolinguistik, formulasi bagian-bagian dan hubungan-hubungan umum, dan teori-teori yang menjelaskannya”. Suatu teori komparasi berusaha untuk menyajikan seperangkat parameter umum komunikasi, sementara etnografi sendiri mengungkapkan banyaknya variasi di mana parameter-parameter tersebut didefinisikan di dalam komunitas tertentu.

Budaya ditentukan oleh pengungkapan makna melalui bahasa. Bahasa, yang terus berkembang melalui interaksi dalam suatu budaya, memiliki kekuatan yang besar terhadap realitas dari budaya tersebut. Selanjutnya, budaya kaya akan bentuk-bentuk ujaran yang terdiri dari idealism, cara-cara, dan jenis-jenis ujaran yang digunakan di dalam budaya tersebut. Bentuk-bentuk ujaran ini juga mencerminkan dan mereproduksi realitas dari budaya tersebut.⁶⁵

⁶⁵ Ibid, hal. 284-287

BAB VI

TEORI KOMUNIKASI POLITIK

A. Teori-teori Dasar Komunikasi Politik

1. Pengertian Komunikasi Ilmu Politik

Secara garis besar, dalam proses komunikasi harus ada unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran dan pengertian antara komunikator (penyebarnya) dengan komunikan (penerima pesan). Proses komunikasi bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua pihak yang terlibat dalam proses itu sendiri.¹

Kata politik secara etimologis berasal dari bahasa Yunani, *politeia* (*polis*) yang memiliki arti kesatuan masyarakat yang berdiri sendiri, yaitu Negara. Dan *teia*, yang berarti urusan.²

Definisi politik menurut McNair dalam bukunya *An Introduction to Political Communication*, menjelaskan bahwa kajian komunikasi politik mempunyai tiga elemen, yaitu:

- 1) *Political organizations* yang terdiri partai politik, organisasi public, *pressure group*, *terrorist organizations*, dan *governments*
- 2) Media
- 3) Masyarakat³

¹ Dr. Thomas Tokan Pureklolon, M.Ph., M.M., M.Si., *Komunikasi Politik: Mempertahankan Integritas Akademisi, Politikus, dan Negarawan*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta: 2016, hal. 1

² Ibid, hal. 2

³ Ibid, hal. 35

Politik dapat diuraikan pula pengertiannya sebagai usaha untuk mencapai kehidupan yang lebih baik. Di Indonesia dikenal pepatah *gemah ripah loh jinawi* yang berarti kehidupan yang serba berkecukupan dalam berbagai hal. Kearifan lokal bangsa Indonesia ini sepadan dengan apa yang dikemukakan oleh para filsuf Yunani Kuno seperti Plato dan Aristoteles yang menyebut *en dam onia* yang berarti *the good life*. Politik dalam artian untuk usaha mencapai kehidupan yang lebih baik ini menjadi penting karena sejak masa dahulu masyarakat selalu berusaha hidup secara kolektif atau bersama untuk mengatasi hambatan yang dihadapinya, seperti keterbatasan sumber daya alam. Karena keberadaan tabiat buruk manusia inilah yang menyebabkan politik terjerumus dalam penurunan artikulasi makna dimana politik diasosiasikan dengan perilaku yang tidak terpuji untuk memperebutkan kekuasaan.⁴

Istilah ilmu politik (*science politique*) pertama kali digunakan oleh Jean Bodin di Eropa pada 1576, kemudian Thomas Fitzherbert dan Jeremy Bentham pada 1606. Tetapi istilah politik yang dimaksud adalah ilmu Negara sebagaimana tertulis dalam karya-karya sarjana Eropa daratan yang bersifat institusional yuridis, sementara yang berkembang di Amerika adalah teori politik. Konsepsi teori politik yang dikembangkan di Amerika telah melepaskan diri dari sifat-sifat yang institusional yuridis dengan memberi pengertian yang lebih luas daripada ilmu negara. Oleh karena

⁴ Fajar Junaedi, *Komunikasi Politik: Teori, Aplikasi, dan Strategi di Indonesia*, Buku Litera, Yogyakarta: 2013, Cetakan pertama, hal. 22

itu definisi-definisi politik belakangan ini lebih banyak memberi tekanan pada Negara dalam hubungannya dengan dinamika masyarakat.⁵

Politik merupakan suatu rangkaian asas, prinsip, kejadian, jalan, cara, dan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu yang kita kehendaki. Politik secara umum menyangkut proses penentuan tujuan Negara dan cara melaksanakannya membutuhkan kebijakan-kebijakan umum (*public policies*) untuk mengatur, membagi, atau mengalokasikan sumber-sumber yang ada. Untuk melaksanakan kebijaksanaan-kebijaksanaan itu, perlu adanya kekuasaan (*power*) dan kewenangan (*authority*) untuk membina kerja sama maupun menyelesaikan konflik yang mungkin timbul dalam proses ini.⁶

Pengertian komunikasi politik dapat dirumuskan sebagai suatu proses pengoperan lambang-lambang atau simbol-simbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berpikir, serta memengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik.⁷

Komunikasi politik menurut Roelofs dan Barn Lund adalah politik yang berbicara atau untuk menempatkan

⁵ Prof. Hafied Cangara, M.Sc., Ph.D., *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta: 2011, Cetakan ketiga, hal. 25

⁶ Op. cit, Dr. Thomas Tokan Pureklolon, M.Ph., M.M., M.Si., hal. 2-3

⁷ Ibid, hal. 33

masalah ini, lebih tepatnya aktivitas politik (politisasi) berbicara.⁸

Definisi komunikasi politik menurut Maswadi Rauf yang merupakan seorang pakar politik, adalah objek kajian ilmu politik karena pesan-pesan yang diungkapkan dalam proses komunikasi bercirikan politik, yaitu berkaitan dengan kekuasaan politik Negara, pemerintahan, dan juga aktivitas komunikator dalam kedudukan sebagai pelaku kegiatan politik. Komunikasi politik dilihat dari dua dimensi, yaitu komunikasi politik sebagai kegiatan politik dan komunikasi politik sebagai kegiatan ilmiah.

Komunikasi politik sebagai kegiatan politik merupakan penyampaian pesan-pesan yang bercirikan politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain. Kegiatan tersebut bersifat empiris karena dilakukan secara nyata dalam kehidupan social. Sementara komunikasi politik sebagai kegiatan ilmiah melihat komunikasi politik merupakan salah satu kegiatan politik dalam sistem politik.⁹

Yang dimaksud dengan komunikasi politik menurut Dahlan (1999) ialah suatu bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik.¹⁰

Dari beberapa pengertian yang telah dikemukakan, maka komunikasi politik dapat diartikan sebagai suatu proses

⁸ Ibid, hal. 4

⁹ Ibid, hal. 3

¹⁰ Op. cit, Prof. Hafied Cangara, M.Sc., Ph.D., hal. 29

komunikasi yang memiliki implikasi atau konsekuensi terhadap aktivitas politik. Faktor ini pula yang membedakan dengan disiplin komunikasi lainnya seperti komunikasi pembangunan, komunikasi pendidikan, komunikasi bisnis, komunikasi antarbudaya, komunikasi organisasi, komunikasi keluarga, dan lain sebagainya. Perbedaan itu terletak pada isi pesan. Artinya, komunikasi politik memiliki pesan yang bermuatan politik, sementara komunikasi pendidikan memiliki pesan yang bermuatan masalah-masalah pendidikan. Jadi untuk membedakan antara satu disiplin dengan disiplin lainnya dalam studi ilmu komunikasi, terletak pada sifat atau isi pesannya.¹¹

Komunikasi politik merupakan persilangan antara ilmu politik dan ilmu komunikasi. Pembahasan kajian ini berfokus pada prosespenyampaian pesan melalui media yang juga bersifat politis. Sama seperti pesan, media dan saluran politik formal seperti negara dan lembaga-lembaga politik lainnya juga memiliki kekuatan politik.

Dalam konteks dunia saat ini, komunikasi politik adalah suatu gejala yang tak terhindarkan, bahkan semakin nyata. Contoh yang paling mudah dan jelas terlihat dari gejala komunikasi politik adalah adanya pertarungan antara berbagai kepentingan yang muncul dalam tindakan politik. Tindakan politik merupakan tindakan menyampaikan pesan dan memilih media yang tepat agar pesan yang disampaikan tersebut efektif dan mengena. Dalam situasi politik formal,

¹¹ Ibid, hal. 30

tindakan tersebut salah satunya tercermin dari kegiatan kampanye politik saat pelaksanaan pemilihan umum.¹²

Di Indonesia, pada awalnya perhatian untuk membicarakan komunikasi politik justru tumbuh di kalangan para sarjana ilmu politik daripada para sarjana ilmu komunikasi itu sendiri. Tetapi tidak terlalu ketinggalan, sebab pertengahan decade 1980-an jurusan-jurusan Ilmu Komunikasi sudah mulai banyak mengajarkan studi komunikasi politik, sekalipun belum fokus dan masih banyak didukung oleh menteri opini public dan efek media massa terhadap perilaku politik.

Hal yang menyebabkan studi komunikasi politik sedikit agak lambat berkembang di Indonesia, karena tekanan rezim orde baru yang kurang senang terhadap segala sesuatu yang berbau politik. Tetapi ketika reformasi demokrasi yang mengusung kebebasan untuk mengemukakan pendapat digulirkan sejak tahun 1998, studi komunikasi politik mengalami perkembangan yang sangat pesat, dan menjadi studi yang menarik bagi para mahasiswa bukan saja dari disiplin ilmu komunikasi, tetapi juga dari studi ilmu politik dan ilmu hukum. Sejalan dengan pandangan Nimmo dan Swanson (1990) bahwa sepuluh tahun terakhir ini studi komunikasi politik mengalami perkembangan yang sangat pesat, terutama sesudah berembusnya angin demokrasi di Negara-negara sedang berkembang.¹³

¹² Nurani Soyomukti, *Komunikasi Politik*, Intrans Publishing, Malang: 2013, Cetakan pertama, hal. 1-2

¹³ Ibid, hal. 28-29

2. Unsur-unsur Komunikasi Politik

Komponen-komponen yang ada dalam komunikasi politik tidak sama dengan komponen-komponen yang ada dalam bentuk komunikasi yang lain. Komponen-komponen utama dalam komunikasi politik dapat ditemukan pada:¹⁴

- Aspek komunikasi lembaga-lembaga politik
- Aspek politik institusi-institusi media
- Orientasi khalayak terhadap komunikasi politik
- Aspek budaya politik yang relevan dengan komunikasi

Komunikasi politik terdiri dari beberapa unsur, mulai dari unsur-unsur dalam komunikasi, unsur-unsur dalam politik, dan unsur-unsur dalam komunikasi politik itu sendiri.

Unsur unsur dalam komunikasi adalah sumber, pesan, media, penerima, pengaruh atau efek, tanggapan balik, dan lingkungan. Sementara unsur-unsur dalam politik adalah partai politik, kelompok kepentingan (*Interest Group*), kelompok penekanan (*Pressure Group*), media komunikasi politik, dan tokoh politik.

Untuk unsur-unsur komunikasi politik, ada dua macam yaitu menurut Cangara dan menurut Sumarno. Menurut Cangara, unsur-unsur komunikasi politik terdiri atas lima macam, yaitu:

- 1) Komunikator Politik
- 2) Pesan Politik
- 3) Saluran atau Media Politik
- 4) Penerima Pesan Politik
- 5) Efek atau Pengaruh

¹⁴ Ibid, hal. 67

Sementara Sumarno membagi unsur-unsur komunikasi politik ke dalam suprastruktur dan infrastruktur politik.

1) Unsur-unsur pada Suprastruktur

Terdiri dari tiga kelompok, yaitu yang berada pada lembaga legislatif, eksekutif, dan yudikatif

2) Unsur-unsur pada Infrastruktur

Unsur ini meliputi partai politik, kelompok kepentingan, kelompok penekanan, media komunikasi politik, kelompok wartawan, kelompok mahasiswa, dan para tokoh politik.

3) Komunikan dan Komunikator

Merupakan unsur paling penting dalam menentukan setiap bentuk komunikasi.¹⁵

Komunikasi politik merupakan suatu elemen yang dinamis dan yang menentukan sosialisasi politik dan partisipasi politik. Dalam hal ini, komunikasi politik menentukan corak perilaku insan politik. Komunikasi politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Komunikasi politik juga bisa dipahami sebagai komunikasi antara “yang memerintah” dan “yang diperintah”.¹⁶

¹⁵ Op. cit, Dr. Thomas Tokan Pureklolon, M.Ph., M.M., M.Si., hal. 4-10

¹⁶ Ibid, hal. 34

3. Ruang Lingkup Komunikasi Politik

Ruang lingkup kajian komunikasi politik menyangkut beberapa tema yang sering diangkat, antara lain:

- a. Studi tentang elemen-elemen atau komponen komunikasi dalam dunia politik, mulai dari pesan, komunikator, komunikan, dan media dalam proses interaksi
- b. Pesan politik bisa berupa ideology, pemikiran politik, dan pesan-pesan yang muncul dari suatu lembaga politik atau lembaga sosial lainnya.
- c. Studi tentang komunikator berfokus pada aktor-aktor politik yang merupakan lembaga/organisasi/kelompok atau individu yang memiliki peran dalam menyebarkan pesan-pesan atau informasi politik
- d. Studi tentang komunikan politik sering kali diabaikan, sehingga rakyat hanya akan menjadi objek pasif dari interaksi politik. Padahal, rakyat bisa menjadi subyek dan komunikator, apabila kita melihat rakyat sebagai pihak yang mempunyai suara dan tuntutan.
- e. Studi tentang media sebagai sarana penyampaian pesan merupakan suatu kajian yang sangat penting. Tanpa adanya media, komunikasi tidak akan terjadi.
- f. Studi tentang efek dan pengaruh komunikasi politik dalam sistem politik merupakan kajian yang tak terhindarkan mengingat aktor-aktor politik melakukan hubungan dan membangun suatu sistem dan budaya politik melalui proses komunikasi yang ada. ¹⁷

¹⁷ Loc. Cit, Nurani Soyomukti, hal. 65-66

4. Proses dalam Komunikasi Politik

Proses komunikasi politik yang sangat terbuka sehingga mudah memicu terjadinya konflik. Konflik politik merupakan “energi” bagi politik yang memberi peluang bagi pengembangan baru, penyelesaian masalah, dan penambahan nilai atau konsep social politik. Konflik berlangsung sebagai akibat dari ketidaknyamanan dari para pihak mengenai proses politik. Situasi konflik menjadi kekuatan besar dalam proses peningkatan nilai-nilai masyarakat. Untuk bisa mengatur konflik, tentu tidak bisa menghindari pentingnya kekuasaan dan otoritas formal. Penguasa yang tidak memiliki kekuasaan tidak akan pernah mampu mengatasi masalah-masalah yang sewaktu-waktu muncul di masyarakat. Konsekuensinya, ia dengan sendirinya akan kehilangan legitimasi dan dianggap tidak berfungsi.¹⁸

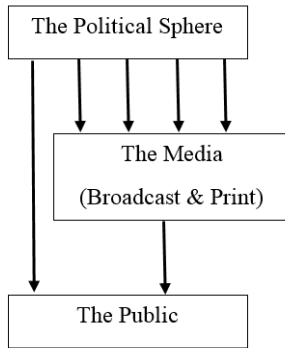
Proses komunikasi politik berfokus pada bagaimana pesan dari kelompok berkepentingan seperti partai/grup terkait (*political sphere*) yang disalurkan melalui jalur langsung (kampanye) atau tidak langsung (Koran, radio, televisi).

Untuk mencapai target, yaitu masyarakat secara luas (publik), proses komunikasi politik adalah proses komunikasi politik tradisional dimana disebut juga proses mediasi oleh media massa. Proses komunikasi tersebut hanya satu arah saja dari penguasa/pemimpin pada rakyatnya.¹⁹ Untuk mempermudah pemahaman, berikut adalah bagan dari proses komunikasi ini:

¹⁸ Ibid, hal. 36

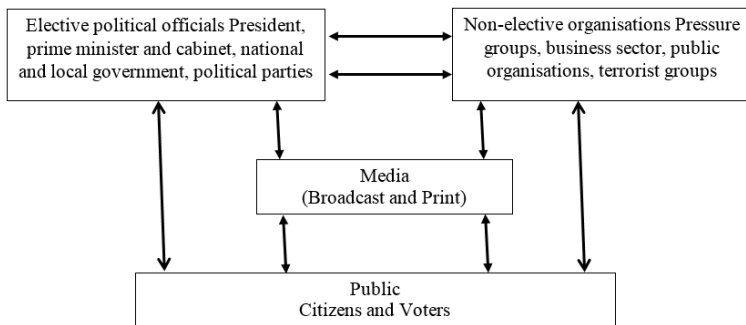
¹⁹ Ibid, hal. 10

A Traditional view of Political Communication



Agar terjadi proses komunikasi, harus disertai dengan berbagai pihak yang saling berkomunikasi, khususnya dalam tingkatan komunikasi politik. Idealnya, dalam komunikasi politik berlangsung timbal balik. Dengan demikian, proses komunikasi politik adalah dimana semua unsur-unsur komunikasi saling berkaitan sehingga membentuk suatu makna atau maksud.²⁰ Penjelasan dari proses ini akan diterangkan dalam bagan sebagai berikut:

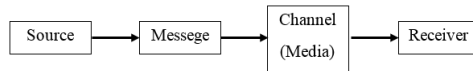
The Levels of Political Communications



²⁰ Ibid, hal. 11

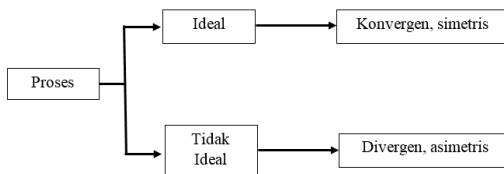
Bentuk komunikasi dapat dilihat dari beberapa cara dan seberapa tersebar nya pesan tersebut dapat bergantung pada besar kelompok tersebut dan cara penyampaiannya. Kelompok-kelompok tersebut akan bersaing satu sama lain untuk dapat didengar.²¹

The Classic Model of Communication



Paradigma konvergensi menempatkan komunikator dan komunikan sederajat, yaitu ada timbal balik antara penerima dan sumber yang terdapat pada *the Level of Political Communications*. Pada paradigma divergen, komunikator dan komunikan tidak sederajat sehingga menyebabkan pesan hanya terjadi satu arah seperti pada *a Traditional View of Political Communication* dan *the Classic Model of Communication*, di mana tidak ada timbal balik dari masyarakat luas terhadap penguasa/pemimpinnya.

Maka, dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi ada dua, yaitu proses yang ideal dan proses yang tidak ideal, sebagai berikut:²²



²¹ Ibid, hal. 11

²² Ibid, 12

Kemudian, untuk menyalurkan komunikasi politik ialah menggunakan saluran komunikasi politik. Saluran komunikasi merupakan sarana atau alat untuk mempermudah pertukaran informasi atau pesan. Penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan bisa dalam bentuk gambar, tulisan, ataupun tindakan. Tidak hanya berupa media teknis yang dijadikan sarana penyampaian pesan, namun setiap individu yang ingin menyampaikan pesan dapat secara langsung menyampaikannya kepada orang atau suatu kelompok yang dituju. Secara ringkas dapat diartikan bahwa saluran komunikasi itu lebih dari sekedar titik sambungan, tetapi terdiri atas pengertian bersama, tentang siapa dapat berbicara kepada siapa, mengenai apa, dalam keadaan bagaimana, dan sejauh mana dapatnya dipercaya.

Pembicaraan politik menyampaikan pesan kepada seluruh lapisan masyarakat dengan cara yang formal dan informal. Ada tiga jenis saluran komunikasi, yaitu:

1. Komunikasi massa, yang merupakan metode penyampaian pesan dari satu orang kepada banyak orang. Penyampaian pesan tersebut dapat secara langsung disampaikan dari komunikator kepada komunikan.
2. Komunikasi interpersonal, merupakan komunikasi empat mata atau diartikan sebagai komunikasi “satu-kepada-satu”. Komunikasi ini juga dibagi menjadi komunikasi interpersonal secara langsung dan komunikasi interpersonal secara tidak langsung.

3. Komunikasi organisasi yang menggabungkan penyampaian “satu-kepada-satu” menjadi “satu-kepada-banyak”²³

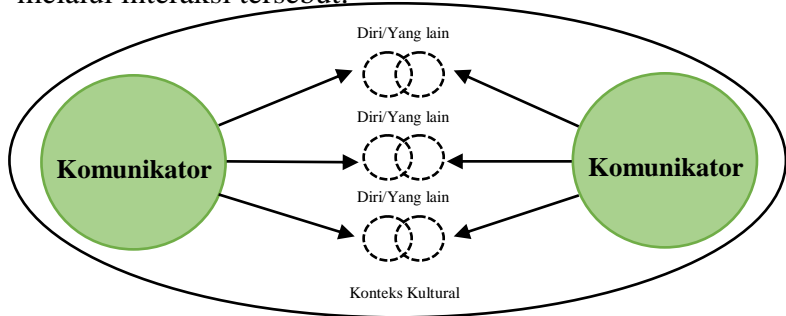
Terdapat tiga model komunikasi politik, yaitu model komunikasi interaksional, model Aristoteles, dan model Lasswell.

a. Model Komunikasi Interaksional

Model komunikasi ini dibuat oleh George Herbert Mead dan Herbert Blumer dengan premis utama sebagai berikut:

- Manusia bertindak berdasarkan makna yang diberikan lingkungannya
- Makna langsung berhubungan dengan interaksi sosial di lingkungannya
- Makna ini akan berubah seiring dengan interaksi di lingkungannya

Menurut model ini, melalui interaksi terus-menerus dari diri terhadap orang lain, diri akan terus berkembang melalui interaksi tersebut.²⁴

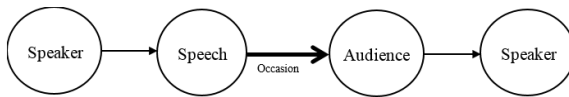


²³ Ibid, hal. 12-13

²⁴ Ibid, hal. 15-16

b. Model Aristoteles

Merupakan model komunikasi tersimpel dengan bayangan seseorang yang berbicara dengan banyak orang sekaligus. Menurut Aristoteles, pembicara yang dapat menyampaikan pesannya dengan baik melalui kalimat dan emosi yang ia pakai saat menyampaikan pesan tersebut akan membuat pesan yang ingin disampaikan dapat memberikan efek yang kuat kepada pendengarnya. Diagram komunikasi model Aristoteles adalah sebagai berikut: ²⁵



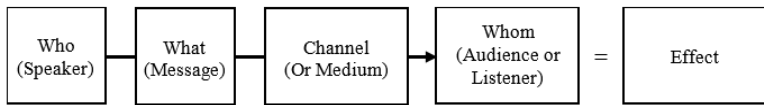
Aristotle's Model of Communications

c. Model Lasswell

Merupakan model komunikasi linier di mana komunikasi dibagi menjadi elemen-elemen komunikasi, yaitu siapa, mengatakan apa, di mana, kepada siapa, dan efek apa yang terbentuk. Meski model ini terlihat cukup linier seperti Aristoteles, model komunikasi ini juga melihat hasil yang diterima oleh penerimanya. Berbeda dengan model Aristoteles, model Lasswell juga memilih *audience*-nya dengan lebih spesifik. Diagram model Lasswell adalah: ²⁶

²⁵ Ibid, hal. 16

²⁶ Ibid, hal. 17



Dalam aplikasinya, suatu komunikasi politik dapat berjalan dengan seefektif mungkin agar terjadi kesetaraan unsur-unsur dalam komunikasi tersebut. Dengan demikian, proses komunikasi dapat berjalan secara dua arah dan terdapat transparansi dalam pesan yang disalurkan dalam komunikasi tersebut sehingga memungkinkan terjadinya komunikasi yang efektif dan efisien di mana setiap unsur tersebut memiliki peran.

Bila terjadi dominasi dalam salah satu unsur tersebut, komunikasi akan berjalan secara satu arah. Karena didominasi oleh media massa dan penguasa, pesan tersebut tidak transparan dan tidak terjadi timbal balik sehingga peran beberapa unsur komunikasi politik terdesak oleh dominasi unsur lain.²⁷

5. Konsep-konsep Politik

Karena politik memengaruhi kehidupan semua orang, Aristoteles pernah mengatakan bahwa politik merupakan *master of sciences*. Maksudnya bukan dalam arti ilmu pengetahuan (*scientific*), tetapi ia menganggap, pengetahuan politik merupakan kunci untuk memahami lingkungan. Bagi Aristoteles, politik berarti mengatur apa yang seyogianya kita

²⁷ Ibid, hal. 30-31

lakukan dan apa yang seyogianya tidak dilakukan. Penjelasan ini mengajarkan akan pentingnya mempelajari politik.²⁸

Sejak awal hingga perkembangan yang terakhir, ada sekurang-kurangnya lima pandangan mengenai politik. Dan lima cara pandangan dalam melihat politik ini dijelaskan dalam lima konsep, yaitu Klasik, Kelembagaan, Kekuasaan, Fungsionalisme, dan Konflik, yang akan dijelaskan sebagai berikut:²⁹

1) Klasik

Sebagaimana dikemukakan Aristoteles, pandangan klasik melihat politik sebagai suatu asosiasi warga Negara yang berfungsi membicarakan dan menyelenggarakan hal ihwal yang menyangkut kebaikan bersama seluruh anggota masyarakat. Menurut Aristoteles, manusia merupakan makhluk politik dan sudah jadi hakikat manusia untuk hidup polis. Hanya dalam polis itu manusia dapat memperoleh sifat moral yang paling tinggi, karena di sana urusan-urusan yang berkenaan dengan seluruh masyarakat akan dibicarakan dan diperdebatkan, dan tindakan-tindakan untuk mewujudkan kebaikan bersama akan diambil. Di luar polis manusia dipandang sebagai makhluk yang berderajat di bawah manusia seperti binatang atau sebagai makhluk yang berderajat di atas manusia seperti Dewa atau Tuhan.

²⁸ Ramlan Subakti, *Memahami Ilmu Politik*, PT. Grasindo, Jakarta: 2010, Cetakan Ketujuh, hal. 1

²⁹ *Ibid*, hal. 2

Konsep politik menurut pandangan klasik itu tampak sangat kabur. Ketidakjelasan ini akan menghadapkan kita kepada kesukaran dalam menentukan patokan kepentingan umum yang disetujui bersama dalam masyarakat. Namun, satu hal yang patut mendapatkan perhatian dari pandangan klasik berupa penekanan yang berupa penekanan yang diberikan pada “apa yang seharusnya” dicapai demi kebaikan bersama seluruh warga Negara polis dan “dengan cara apa sebaiknya” tujuan-tujuan itu dicapai. Dengan kata lain, pandangan klasik lebih menekankan aspek filosofis (idea dan etik) daripada aspek politik.³⁰

2) Kelembagaan

Pandangan ini melihat politik sebagai hal yang berkaitan dengan penyelenggaraan Negara. Dalam hal ini, Max Weber merumuskan Negara sebagai komunitas manusia yang secara sukses memonopoli penggunaan paksaan fisik yang sah dalam wilayah tertentu.

Negara dipandang sebagai sumber utama hak untuk menggunakan paksaan fisik yang sah. Oleh karena itu, politik bagi Weber merupakan persaingan untuk membagi kekuasaan atau persaingan untuk memengaruhi pembagian kekuasaan antarnegara maupun antarkelompok di dalam suatu Negara. Menurutnya, Negara merupakan suatu struktur administrasi atau organisasi yang konkret, dan dia membatasi

³⁰ Ibid, hal. 2-4

pengertian negara semata-mata sebagai paksaan fisik yang digunakan untuk memaksakan ketaatan.³¹

3) Kekuasaan

Pandangan ketiga melihat politik sebagai kegiatan mencari dan mempertahankan kekuasaan dalam masyarakat. Oleh karena itu, ilmu politik dirumuskan sebagai ilmu yang mempelajari hakikat, kedudukan, dan penggunaan kekuasaan di manapun kekuasaan itu ditemukan.

Robson merupakan salah seorang yang mengembangkan pandangan tentang kekuasaan ini. Dirumuskan, ilmu politik sebagai ilmu yang memusatkan perhatian pada perjuangan untuk memperoleh dan mempertahankan kekuasaan, melaksanakan kekuasaan, memengaruhi pihak lain, ataupun menentang pelaksanaan kekuasaan.

Menurut pandangan ini, kekuasaan merupakan kemampuan memengaruhi pihak lain untuk berpikir dan berperilaku sesuai dengan kehendak yang memengaruhi. Kekuasaan dilihat sebagai interaksi antara pihak lain yang memengaruhi dan dipengaruhi, atau yang satu memengaruhi dan yang lain mematuhi.³²

4) Fungsionalisme

Fungsionalisme memandang politik sebagai kegiatan merumuskan dan melaksanakan kebijakan umum. Menurut

³¹ Ibid, hal. 4

³² Ibid, hal. 7

para ilmuwan politik, politik merupakan kegiatan para elite politik dalam membuat dan melaksanakan kebijakan umum. Fungsionalisme mengartikan nilai-nilai sebagai hal-hal yang diinginkan, hal-hal yang dikerjar oleh manusia, dengan derajat kedalaman upaya yang berbeda untuk mencapainya.

Kelemahan pandangan fungsionalisme ialah menempatkan pemerintah sebagai sarana dan waasit terhadap persaingan di antara berbagai kekuatan politik untuk mendapatkan nilai-nilai yang terbanyak dari kebijakan umum. Fungsionalisme mengabaikan kenyataan bahwa pemerintah juga memiliki kepentingan sendiri, baik berupa kepentingan yang melekat pada lembaga pemerintah maupun kepentingan para elit yang memegang jabatan.

Bagi fungsionalisme, nilai-nilai sebagai tujuan bersifat sangat relative karena berbeda dari satu tempat dan waktu ke tempat dan waktu yang lain. Dalam hal ini, dilupakan politik tidak pernah dapat bersifat netral, bahwa politik secara ideal seharusnya menyangkut kebaikan bersama.³³

5) Konflik

Menurut pandangan ini, kegiatan untuk memengaruhi proses perumusan dan pelaksanaan kebijakan umum tiada lain merupakan upaya untuk mendapatkan dan/atau mempertahankan nilai-nilai. Dalam hal ini antara pihak yang berupaya mendapatkan nilai-nilai dan mereka yang berupaya keras mempertahankan apa yang selama ini telah mereka

³³ Ibid, hal. 8-10

dapatkan, antara pihak yang sama-sama berupaya keras untuk mendapatkan nilai-nilai yang sama dan pihak yang sama-sama mempertahankan nilai-nilai yang selama ini mereka kuasai.

Perbedaan pendapat, perdebatan, persaingan, bahkan pertentangan dan perebutan dalam upaya mendapatkan dan/atau mempertahankan nilai-nilai disebut konflik. Oleh karena itu menurut pandangan konflik, politik adalah konflik. Pandangan ini ada benarnya sebab konflik merupakan gejala yang serba hadir dalam masyarakat, termasuk dalam proses politik. Selain itu, konflik merupakan gejala yang melekat dalam proses politik.

Kelemahan dari konseptualisasi ini ialah konflik tidak semua berdimensi politik sebab selain konflik politik terdapat pula konflik pribadi, konflik ekonomi, konflik agama, yang tidak selalu diselesaikan melalui proses politik. Apabila konflik-konflik yang disebutkan belakangan ini berkaitan dengan pemerintah atau diselesaikan melalui proses politik, konflik-konflik yang semula tidak berdimensi politik berkembang menjadi konflik politik.³⁴

Dari segi metodologi, kelima pandangan itu acap kali dikelompokkan menjadi dua kategori umum, yakni tradisional dan behavioralisme. Ilmu politik tradisional memandang gejala politik dari segi normative dan menganggap tugas ilmu politik untuk memahami dan meemrikan gejala politik, bukan menjelaskan apalagi

³⁴ Ibid, hal. 10-11

memperkirakan apa yang akan terjadi. Ilmu politik ini melihat politik sebagai perwujudan tujuan masyarakat-negara. Yang termasuk ilmu politik tradisional adalah pandangan klasik dan kelembagaan.

Behavioralisme memandang politik dari segi apa adanya yang berupaya menjelaskan mengapa gejala politik tertentu terjadi seperti itu, kalau mungkin memperkirakan juga gejala politik apa yang akan terjadi. Ilmu politik ini memandang politik sebagai kegiatan yang berawal dengan asumsi terhadap keajengan atau pola dalam perilaku manusia. Oleh karena itu, politik sebagai pola perilaku dapat dijelaskan dan diperkirakan. Yang termasuk behaviorisme dalam hal ini yang berupa kekuasaan, konflik, dan fungsionalisme.³⁵

B. Teori Public Relation Politik

Public Relations adalah komunikasi eksternal dengan menggunakan simbol dan tindakan simbolis untuk menginformasikan atau mempengaruhi public dengan menggunakan tulisan, pemasaran, periklanan, publisitas, promosi, dan event-event penting. Beberapa spesialis *public relations* bekerja penuh waktu dalam perusahaan, politisi, organisasi nirlaba, atau pemerintah. Sedangkan beberapa public relations melakukan kontrak dengan organisasi mereka.³⁶

³⁵ Ibid, hal. 11

³⁶ Prof. Dr. Alo Liliweri, M.S, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta: 2011, Cetakan pertama, hal. 654

Gruning dan Hunt mengatakan seluruh aktivitas itu menampilkan empat model *public relation*, yaitu:

- 1) *Model press agentery, propaganda, publicity*
- 2) *Model one-way communication, public information*
- 3) *Model two-way asymmetric persuasion model*
- 4) *Model two-way symmetric communication*

Empat Model *Public Relation*

FUNCTION	MODEL	LEADING FIGURE	HEYDAYS
Press Agentery/Publicity	One-way Communication	P.T Barnum	1850-1900
Public Information	One-way Communication	Ivy Lee	1900-1920's
Counceling	Two-way Asymmetric	Ivy Lee	1920's- present
Management	Two-way Asymmetric	Edwards L. Bernays	1960's- present

Tabel di atas menunjukkan bahwa:

- Antara tahun 1850-1900, fungsi *public relation* adalah sebagai agen pers dan menerbitkan publisitas baik yang diterbitkan sendiri maupun melalui media lain yang menjadi relasinya, metode komunikasinya adalah komunikasi satu arah
- Antara tahun 1900-1920 an, fungsi *public relation* sebagai lembaga yang menyebarluaskan informasi secara sepihak, metode komunikasinya juga masih satu arah

- Antara tahun 1920-an sampai sekarang, fungsi *public relation* sebagai lembaga konseling dengan metode komunikasi dua arah dengan asimetrik public
- Sejak tahun 1960 sampai sekarang, fungsi *public relation* sebagai lembaga manajemen dengan metode komunikasi dua arah simetris dengan public.³⁷

Public relation adalah fungsi komunikasi manajemen dimana organisasi beradaptasi dengan atau mengelola lingkungan mereka untuk mencapai tujuan tertentu dari organisasi. Terdapat beberapa unsur dalam *public relations*, berikut adalah unsur-unsur utama *public relations*:

- a) *Counseling*
- b) Riset
- c) Hubungan media
- d) Publisitas
- e) Relasi kerja
- f) Hubungan masyarakat
- g) *Public affairs*
- h) *Government affairs*
- i) *Issues management*
- j) *Financial relations*
- k) *Industry relations*
- l) *Development/fund raising*
- m) *Minority relations/multicultural affairs*
- n) *Special events and public participation*
- o) *Marketing communications*.³⁸

³⁷ Ibid, hal. 653

³⁸ Ibid, hal. 655-656

Fungsi utama *public relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga atau organisasi dengan publik, intern maupun ekstern dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat umum (*opini public*) yang menguntungkan lembaga (organisasi). Jadi, fungsi *public relations* adalah menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen pada suatu organisasi dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan partisipasi. Semuanya bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan pengertian dan kemauan baik publiknya serta memperoleh opini publik yang menguntungkan.³⁹

Setiap orang yang berkomunikasi, termasuk *public relation* harus taat pada “kode etik komunikator” yang berlandaskan pada tiga prinsip komunikasi profesional yang menjadi tuntutan masyarakat global. Prinsip-prinsip ini berasumsi bahwa hanya masyarakat yang peduli terhadap hak asumsi manusia, aturan hukum, serta etika untuk menentukan mana yang benar dan salah, mana yang baik dan buruk, peka terhadap perbedaan budayalah akan bertahan hidup dalam masyarakat global. Ketiga prinsip utama kali ini dikemas dalam:⁴⁰

- a) *Professional communication is legal*
- b) *Professional communication is ethical*
- c) *Professional communication is in good taste*

³⁹ Ibid, hal. 658-659

⁴⁰ Ibid, hal. 669

Kegiatan *public relations* menempatkan pada komunikan (individu, kelompok, bangsa atau Negara) pada tangga utama, sebagai subjek dan bukan hanya sebagai objek. Empat sasaran utama *public relations*, yaitu:⁴¹

- Menumbuhkan pengertian khalayak (*public understanding*)
- Menumbuhkan dukungan khalayak (*public support*)
- Menumbuhkan kerja sama khalayak (*public cooperation*)
- Menumbuhkan kepuasan khalayak (*public confidence*)

C. Teori Pendekatan Politik

1. Saluran Komunikasi Politik

Saluran komunikasi merupakan sarana atau alat untuk mempermudah pertukaran informasi atau pesan. Penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan bisa dalam bentuk gambar, tulisan ataupun tindakan. Tidak hanya berupa media teknis yang dijadikan sarana penyampaian pesan, namun setiap individu yang ingin menyampaikan pesan dapat secara langsung menyampaikannya kepada orang atau suatu kelompok yang dituju. Secara ringkas dapat kita artikan bahwa saluran komunikasi itu lebih dari sekedar titik sambungan, tetapi terdiri atas pengertian bersama tentang siapa dapat berbicara kepada siapa, mengenai apa, dalam keadaan bagaimana, dan sejauh mana dapatnya dipercaya.

Pembicara politik menyampaikan pesan kepada seluruh lapisan masyarakat dengan cara yang formal dan

⁴¹ Loc. Cit, Nurani Soyomukti, hal. 88

informal. Ada tiga jenis varian saluran komunikasi politik, yaitu:

1) Komunikasi Massa

Merupakan metode penyampaian pesan dari satu orang kepada banyak orang. Penyampaian pesan tersebut dapat secara langsung disampaikan dari komunikator kepada komunikan.

Merupakan media komunikasi yang sanggup menyebarkan pesan secara menyeluruh dengan jangkauan yang sangat luas. Dalam sistem pemerintahan, media massa mempunyai beberapa fungsi penting, yaitu:⁴²

- a) Menyebarkan informasi mengenai:
 - Kebijakan pemerintah
 - Program-program untuk menyejahterakan rakyat
 - Kondisi politik dalam negeri
 - Akaktivitas jalinan komunikasi dengan Negara-negara lain sebagai kebijakan politik luar negeri
- b) Membentuk karakter bangsa melalui fungsi pendidikan
- c) Melakukan fungsi sosialisasi dilaam kaitan pelestarian system politik
- d) Menumbuhkan kepervayaan Negara lain melalui sajian-sajian berita yang direncanakan dan ditata secara baik.

⁴² Loc. Cit, Dr. Thomas Tokan Pureklolon, M.Ph., M.M., M.Si., hal. 12-13

Media massa adalah elemen yang penting dalam proses komunikasi politik, karena tanpa media massa pesan politik tidak mampu menjangkau khalayak luas dalam waktu yang cepat dan sekaligus massif. Melalui media massa, aktor politik dapat menyampaikan pesan-pesan politik yang ditransmisikan oleh media massa pada khalayak luas. Media massa dalam komunikasi politik bahkan bukan hanya berperan sebagai penyampai (*transmitter*) dari pesan-pesan politik yang dilakukan oleh aktor politik pada khalayak, namun media massa juga berperan sebagai aktor politik dalam proses politik sebagaimana aktor-aktor politik lainnya.

Secara absolut, para aktor politik harus menggunakan media untuk mendapatkan dukungan dari khalayak, karena tanpa menggunakan media, khalayak tidak akan mengetahui aktor politik yang bermain di panggung politik. Kegiatan politik, program politik, pernyataan politik dan sejenisnya tidak akan mencapai khalayak jika tidak menggunakan media massa.⁴³

2) Komunikasi Interpersonal

Merupakan komunikasi empat mata atau diartikan dengan komunikasi “satu-kepada-satu”. Komunikasi ini juga dibagi menjadi komunikasi interpersonal secara langsung dan komunikasi interpersonal secara tidak langsung.

⁴³ Loc. Cit, Fajar Junaedi, hal. 37

Komunikasi ini memiliki kekurangan dan kelebihan. Kekurangannya adalah jangkauan antara komunikator dengan komunikan terlalu jauh ataupun karena secara geografis tidak memungkinkan untuk dijangkau. Dan keuntungan dari komunikasi ini adalah sebagai berikut:

- a) Pengaruh pribadi dalam politik
 - b) Karakteristik percakapan politik, yang merupakan pertemuan terpusat. Sifat terpusat ini menghasilkan kemampuan koorientasi dan percakapan sebagai permainan:
 - Koorientasi, yaitu sebagai kondisi di mana orang-orang saling bertukar pikiran mengenai suatu masalah yang dapat menghasilkan suatu pesan dan berujung pada tindakan.
 - Percakapan sebagai permainan, mempunyai arti bahwa suatu perbincangan antara komunikator dan komunikan yang mempunyai motif terbuka atau tertutup untuk memperoleh imbalan atau memperoleh kerugian.
- 3) Komunikasi Organisasi

Merupakan komunikasi yang menggabungkan penyampaian “satu-kepada-satu” dan “satu-kepada-banyak”. Terdapat jenis organisasi yang berbeda di dalam bidang politik, yaitu formal dan informal.

Yang dimaksud dengan formal yaitu keluarga seseorang, kelompok sebaya, dan rekan kerja yang

semuanya memainkan peran penting dalam mengembangkan opini politik orang itu. Sedangkan informal adalah partai politik dan berbagai organisasi berkepentingan khusus.⁴⁴

Organisasi politik seringkali disebut sebagai aktor politik. Aktor politik sendiri didefinisikan sebagai individu-individu yang menyalurkan aspirasinya melalui perangkat organisasi dan lembaga, untuk mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Individu ini bisa jadi terlibat dalam proses ini dengan berusaha mendapatkan kekuasaan dalam lembaga politik resmi, seperti melalui pemerintahan maupun lembaga legislative dimana melalui lembaga seperti inilah kebijakan diterapkan. Organisasi politik ini meliputi partai politik, organisasi publik, kelompok penekan dan kelompok teroris.

Partai politik adalah bagian terpenting dalam organisasi politik. Melalui partai politik terjadi agregasi kepentingan anggota-anggotanya, yang secara kolektif menyepakati struktur dan ideology partai politik untuk mencapai tujuan bersama. Tujuan inilah yang akan merefleksikan sistem nilai yang dianut oleh partai bersangkutan.⁴⁵

Berbeda dengan partai politik yang berusaha mencapai tujuannya dengan terlibat melalui proses legislasi, organisasi publik adalah kelompok non-partai

⁴⁴ Op. cit, Dr. Thomas Tokan Pureklolon, M.Ph., M.M., M.Si., hal. 13-15

⁴⁵ Op. cit, Fajar Junaedi, hal. 26

yang memiliki tujuan politik. Di Indonesia, istilah organisasi publik acapkali disamakan dengan istilah organisasi sosial kemasyarakatan. Dalam beberapa kasus, organisasi publik seringkali menjadi aliansi partai politik, sebagaimana ditunjukkan oleh Serikat Buruh Inggris (British Trade Unions) yang secara jelas memiliki relasi dengan Partai Buruh.⁴⁶

Bentuk ketiga dari organisasi politik adalah kelompok penekan (*pressure groups*). Kelompok penekan berbeda dengan organisasi public, karena tidak begitu terinstitusionalisasi dan acapkali lebih “politik” dalam menyuarakan kepentingannya serta memiliki kepedulian terhadap isu-isu tertentu seperti konservasi lingkungan, pelestarian hewan langka. Kelompok penekan ini biasanya hanya berfokus pada satu isu saja. Dalam kegiatan komunikasi politiknya, kelompok penekan lebih sering menggunakan berbagai bentuk strategi periklanan dan humas untuk menyuarakan kepentingannya. Dalam demonstrasi yang mereka lakukan, kelompok penekan berusaha agar aksi yang mereka lakukan mendapat perhatian dari para jurnalis dengan melakukan aksi teatrical dan melengkapi aksi mereka dengan spanduk yang unik.⁴⁷

Bentuk dari organisasi politik yang paling ekstrem di luar partai politik adalah organisasi teroris. Terminologi teroris mungkin masih sangat diperdebatkan,

⁴⁶ Ibid, hal. 33

⁴⁷ Ibid, hal. 34-35

karena bagi para pendukung kelompok teroris, aksi terorisme mungkin bisa diterima sebagai bentuk perjuangan politik, sedangkan bagi yang lain apapun alasannya terorisme adalah tindakan terkutuk. Di tengah beragam artikulasi tentang kelompok teroris ini, bisa diambil sebuah jalan tengah untuk mendefinisikan kelompok teroris, yaitu dengan merujuk terminology ini pada kelompok yang menggunakan taktik terror, seperti pemboman, pembajakan dan penculikan sebagai metode-metode utama untuk meraih tujuan politiknya. Aksi dari metode yang digunakan oleh kelompok teroris ini disebut sebagai terorisme, sebuah tindakan yang telah menyebar luas melewati batas negara-bangsa.⁴⁸

2. Hubungan Media, Pemerintah, dan Masyarakat

Hubungan antara media dengan politisi atau pemerintah sudah berjalan sekian lama, dan hubungan ini boleh dikata tidak bisa dipisahkan antara keduanya, bukan saja karena wartawan membutuhkan para politisi atau pejabat pemerintah sebagai sumber informasi (*maker of news*), tetapi juga para politisi maupun pejabat pemerintah memerlukan media untuk menyampaikan pikiran-pikirannya maupun kebijakan yang mereka ambil untuk kepentingan orang banyak. Tidak heran jika para wartawan sering tampak bergerombol di depan gedung istana, parlemen, kantor kementerian, kantor gubernur atau bupati menunggu kesempatan untuk mewawancarai para politisi atau para

⁴⁸ Ibid, hal. 36

pejabat tersebut. Selain dengan cara itu, para politisi atau pejabat sering kali mengundang para wartawan untuk makan malam, berkunjung ke proyek atau dia sendiri yang berkunjung ke kantor redaksi untuk diwawancarai atau dipublikasikan.

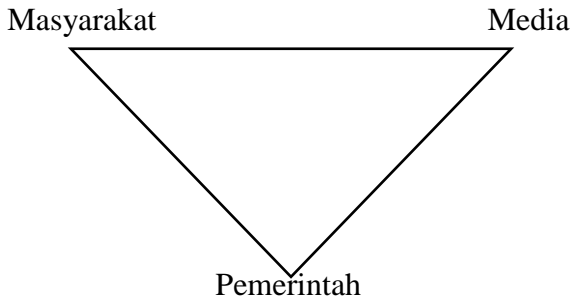
Meski ada hubungan yang saling membutuhkan antara media dengan politisi, namun hubungan ini kadang menimbulkan gesekan yang kurang harmonis. Karena itu ada yang mengatakan hubungan antara keduanya seperti benci tapi rindu (*hate and love*). Hubungan antara media dan pemerintah biasanya lebih banyak bersifat negatif. Sifat negatif inilah yang sering menimbulkan *miscommunication* dan *misinformation*.⁴⁹

Permusuhan antara pers dengan pemerintah menurut Merrill, karena media menjalankan fungsinya sebagai *watchdog* dalam mengontrol jalannya pemerintah. Merrill justru mempertanyakan, kenapa hubungan antara media dan pemerintah mesti bermusuhan. Kenapa tidak bisa bersahabat dan bekerja sama untuk kepentingan orang banyak. Bukankah keduanya bekerja untuk kepentingan publik. Padahal hubungan keduanya sesungguhnya tidak dibentuk atas dasar permusuhan, melainkan hidup dalam satu kehidupan yang simbiosis dan saling membutuhkan.

Mengenai format hubungan antara media dengan pemerintah (politisi) serta masyarakat dapat digambarkan sebagai berikut:

⁴⁹ Loc. Cit, Prof. Hafied Cangara, M.Sc., Ph. D., hal. 103

**Pola Hubungan Kerja Sama antara Masyarakat,
Media, dan Pemerintah**



Dari gambar di atas, terlihat adanya mitra kerja sama segitiga antara masyarakat, media, dan pemerintah. Demikian pula dalam hal pengawasan, bukan hanya media yang memiliki hak pengawasan terhadap pemerintah dan masyarakat, tetapi antara ketiganya saling mengawasi satu sama lain. Tentu saja menjadi persoalan jika media tidak memiliki kesediaan untuk diawasi oleh pemerintah atau masyarakat. Ini berarti media menuntut adanya hak-hak khusus atau keistimewaan, padahal sebagai suatu lembaga kemasyarakatan ia memiliki kedudukan yang sama dengan lembaga-lembaga sosial lainnya atau individu di depan hukum. Pengawasan tidak diartikan sama dengan pemberedelan atau kontrol dalam bentuk sensor, melainkan pengendalian agar tetap berada dalam landasan cita-cita bangsa untuk menciptakan suatu negara adil, makmur, dan sejahtera.

Pada akhirnya diharapkan peran media bukan hanya memberitakan, tetapi juga dalam koridor pembangunan

bangsa (*nation building*). Pemerintah menginginkan media dapat memelihara hegemoni, dengan tidak perlu memproteksi struktur sosial melalui tekanan atau kekuatan bersenjata, melainkan masyarakat bisa hidup dalam situasi yang kondusif untuk bekerja dan mencari penghidupan. Untuk media sedapat mungkin bisa berperan untuk memelihara kondisi masyarakat yang demikian. Jadi wartawan dan organisasi-organisasi media tidak bisa dilihat secara sederhana, yakni hanya melaporkan peristiwa sebagai berita, melainkan bisa berpartisipasi di dalamnya dan bertindak sebagai pelaku dan pendukung terwujudnya hegemoni tersebut.⁵⁰

Bentuk-bentuk kegiatan politik yang melibatkan proses komunikasi mendapatkan perhatian dalam kajian komunikasi politik. Bentuk-bentuk yang seringkali mendapatkan perhatian dan memunculkan teori-teori maupun panduan praktis antara lain adalah:

- 1) Sosialisasi Politik

Sosialisasi politik adalah bentuk komunikasi politik sebagai unsur dinamis yang berfungsi membentuk sikap dan perilaku yang terintegrasi ke dalam sistem politik. Sikap dan perilaku itu diarahkan kepada upaya mempertahankan dan melestarikan sistem nilai. Sosialisasi politik juga merupakan unsur dinamis yang berfungsi mempersiapkan unsur dinamis yang ada pada diri manusia, untuk menerima sekaligus melestarikan sistem nilai yang sedang berlangsung.

⁵⁰ Ibid, hal. 109-110

Sosialisasi politik dilakukan secara bertahap, yaitu dimulai sejak kecil sampai individu-individu menginjak dewasa. Sosialisasi ini terbagi ke dalam dua tipe, yaitu tipe terikat dan tipe bebas. Sosialisasi politik dapat dilihat dari beberapa dimensi di antaranya, dimensi psikologis, ideologis dan dimensi normatif.⁵¹

2) Pendidikan Politik

Pendidikan politik terdiri atas transformasi nilai-nilai dari para pemimpin dan tokoh politik. Kegiatan ini melibatkan interpretasi simbol-simbol kekuasaan, bahkan juga menginterpretasikan simbol-simbol kebenaran dan keadilan yang harus diwujudkan dalam tujuan politik.

Pendidikan politik merupakan proses penguasaan simbol-simbol yang diinterpretasikan ke dalam simbol-simbol pribadi. Pemahaman terhadap bekerjanya fungsi-fungsi kekuasaan dan perilaku penguasa merupakan tolak ukur untuk melakukan upaya pelestarian sistem politik.

Interpretasi simbol-simbol kekuasaan, kebenaran, dan keadilan merupakan proses *encoding* dan *decoding* dalam upaya pelestarian sistem nilai. Transformasi nilai-nilai dan sikap perilaku politik hanya akan berlangsung apabila norma-norma yang berlaku tidak diingkari.⁵²

⁵¹ Loc. Cit, Nurani Soyomukti, hal. 84-85

⁵² Ibid, hal. 85

3) Konfigurasi Politik

Komunikasi politik ditujukan pula untuk membentuk atau mengubah konfigurasi politik, misalnya dalam rangka menyamakan wawasan, integritas kepentingan, dan stabilitas politik. Terwujudnya wawasan kebangsaan biasanya berakar pada akar budaya. Pada masyarakat pluralis untuk mewujudkan wawasan kebangsaan membutuhkan upaya menginterpretasikan simbol-simbol pluralis ke simbol-simbol pola keyakinan yang diakui bersama. Keseimbangan politik antara kekuatan-kekuatan yang mengadopsi simbol-simbol yang berbeda digunakan sebagai manajemen konflik agar perbedaan tetap terjaga dan tidak menimbulkan konflik.

Harus disadari bahwa sifat-sifat integratif mendorong individu untuk berperan aktif dalam memajukan negaranya. Jika keragaman simbol-simbol politik akan menyulitkan usaha integrative, maka konfigurasi politik dalam bentuk sederhana akan sangat membantu upaya pengintegrasian seluruh unsur Negara. Ukuran pembangunan popolitik akan terdiri dari penciptaan serangkaian lembaga-lembaga pemerintahan dan lembaga-lembaga lainnya.⁵³

4) Publicity, Propaganda, Retorika, dan Public Relation

Kegiatan komunikasi politik dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai bentuk spesialisasi komunikasi seperti propaganda, jurnalistik, retorika, *public relations*, dan *publicity*. Dari semua bentuk tersebut, bentuk yang

⁵³ Ibid, hal. 85, 86-87

paling sering digunakan adalah propaganda politik, terutama pada waktu kampanye pemilihan kandidat presiden atau pemilihan wakil-wakil rakyat. Di dalam kegiatan kampanye, bentuk kegiatan tersebut dibantu pula oleh kegiatan lain yang disampaikan melalui pers yaitu dengan menggunakan *news item*, editorial dan advertensi politik.

Propaganda merupakan kegiatan menggunakan simbol-simbol untuk memanipulasi perasaan orang agar berbuat sesuatu sesuai kehendak yang berpropaganda. Propaganda politik sangat bergantung kepada sistem politik tempat propaganda itu dilakukan.

Public relations (buhungan masyarakat) merupakan bentuk kegiatan yang sering digunakan baik dalam kegiatan structural maupun fungsional. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang paling demokratis, karena selain komunikasi bersifat dua arah juga dalam hal orientasinya lebih memperhatikan kondisi komunikan. Dalam kegiatan komunikasi internasional, khususnya dalam transaksi komunikasi, *public relations* merupakan bentuk kegiatan yang sangat disenangi, karena tidak tampak kecenderungan sikap saling mendominasi.⁵⁴

3. Distorsi Komunikasi Politik

Komunikasi politik juga bukanlah suatu proses yang lancar. Mungkin karena adanya kepentingan politik sehingga kadang para aktor politik tidak menyampaikan pesannya

⁵⁴ Ibid, hal. 87-88

secara eksplisit, sehingga kesalahan penafsiran seringkali timbul. Tidak jarang, maksud dari bahasa yang disampaikan oleh komunikator berbeda dengan apa yang diterima (dipahami) oleh komunikan. Bahkan, pesan komunikator seringkali menimbulkan reaksi, berupa emosi dan tindakan kontra di kalangan masyarakat.

Distorsi komunikasi politik yang berkaitan dengan bahasa komunikator seringkali dikaji oleh para pengamat politik. Mochtar Pabotinggi (1993) misalnya, melihat bahwa proses komunikasi politik seringkali mengalami empat distorsi. *Pertama*, distorsi bahasa sebagai topeng. Sebagai contoh, sebagian orang seringkali mengatakan suatu ungkapan yang sebenarnya tidak lain hanyalah sebuah euphemisme. Hal tersebut juga sesuai dengan pernyataan Ben Anderson (1966), yang mengatakan bahwa bahasa yang menampilkan sesuatu yang berbeda dari maksud yang sebenarnya atau berbeda dengan situasi sebenarnya, disebut juga sebagai “bahasa topeng”. *Kedua*, distorsi bahasa sebagai proyek lupa. Secara umum manusia adalah makhluk lupa. Namun dalam konteks politik, kita membicarakan lupa sebagai sesuatu yang dimanipulasi. Lupa dapat diciptakan dan direncanakan, bukan hanya oleh satu, melainkan oleh puluhan bahkan ratusan juta orang, maka massa rakyat pun bisa melupakan sesuatu hal. Lama atau sebentar waktu lupa bisa di-*setting* oleh aktor yang melakukan upaya manipulasi. Dalam konteks ini, ada pula distorsi yang efeknya sangat parah, sebagai contoh: sebuah rezim bisa merencanakan agar

rakyatnya melupakan sejarahnya, sejarah bangsanya, sejarah pemerintahan sebelumnya, dan lain sebagainya.⁵⁵

Ketiga, distorsi bahasa sebagai representasi. Jika dalam distorsi topeng, keadaan sebenarnya ditutupi dan distorsi lupa berbicara soal pengalihan sesuatu, maka distorsi ketiga ini terjadi bila kita melukiskan sesuatu tidak sebagaimana mestinya. Pabottinggi memberi contoh distorsi ketiga ini dengan penggambaran buruk media barat terhadap kaum Muslimin dan orang Arab. Dunia Islam, seperti disebutkan Edward Said (1978) selalu dipandang sebagai lawan Barat. Dalam politik nasional pun, suatu kelompok yang jadi lawan politik rejim berkuasa sering dilukiskan sebagai penyeleweng, penganut aliran sesat dan tidak memakmurkan rakyat.

Distorsi yang terakhir adalah distorsi bahasa sebagai ideologi. Distorsi *keempat* inilah yang paling berbahaya. Pada dasarnya, setiap ideologi memang bersifat distortif, dan distorsi ideologi sangat lihai menggunakan ketiga jenis distorsi lainnya. Ada dua perspektif yang cenderung menyebarkan distorsi ideologi, yaitu:⁵⁶

- 1) Perspektif yang mengidentikkan kegiatan politik sebagai hak istimewa sekelompok orang. Perspektif ini menekankan hanya penguasalah yang berhak menentukan mana yang politik dan mana yang bukan. Akhir dari perspektif ini, nantinya adalah monopoli politik kelompok tertentu

⁵⁵ Ibid, hal. 89-90

⁵⁶ Ibid, hal. 93-94

- 2) Perspektif yang semata-mata menekankan tujuan tertinggi suatu sistem politik. Mereka yang menganut perspektif ini hanya menitikberatkan pada tujuan tertinggi sebuah sistem politik tanpa mempersoalkan apa yang sesungguhnya dikehendaki rakyat.

4. Citra Personal tentang Politik

Pikiran, perasaan, dan kesudian subjektif yang menyusun citra orang tentang politik itu berguna, dan juga memuaskan bagi orang itu. Gunanya paling sedikit tiga. *Pertama*, betapa pun benar dan kelirunya, lengkap atau tidak lengkapnya pengetahuan orang tentang politik, hal itu memberi jalan kepadanya untuk memahami peristiwa politik tertentu. *Kedua*, kesukaan dan ketidaksukaan umum pada citra seseorang tentang politik menyajikan dasar untuk menilai objek politik. Misal, orang yang lebih menyukai tidak meminum minuman beralkohol atau menggunakan obat bius bisa jadi juga menentang undang-undang yang mengesahkan penjualan minuman keras atau mariyuana. *Ketiga*, citra diri seseorang memberikan cara menghubungkan dirinya dengan orang lain.

Dengan demikian, citra seseorang membantu dalam pemahaman, penilaian, dan pengidentifikasian peristiwa, gagasan, tujuan, atau pemimpin politik. Citra membantu memberikan alasan yang dapat diterima secara subjektif tentang mengapa segala sesuatu hadir sebagaimana tampaknya, tentang preferensi politik, dan tentang penggabungan dengan orang lain. Akan tetapi, orang tidak

hanya mempunyai alasan untuk bertindak, orang juga mempunyai kebutuhan untuk bertindak. Abraham Maslow berteori bahwa orang yang mempunyai hierarki kebutuhan; jika ia memenuhi kebutuhan pada satu tingkat, muncullah tingkat kebutuhan yang lain. Bagi Maslow, hierarki itu terdiri atas lima tingkat kebutuhan manusia, yakni sebagai berikut:⁵⁷

- 1) *Fisiologis*: makanan, pakaian, perumahan, udara, air, keturunan, dsb.
- 2) *Keamanan dan keterjaminan*: jaminan kesejahteraan, perlindungan terhadap serangan, dsb.
- 3) *Cinta dan kebersamaan*: afeksi, kebersamaan dengan orang lain, dsb.
- 4) *Penghargaan*: merasa diri berharga dan mampu
- 5) *Aktualisasi diri*: rasa pemenuhan diri, kontrol atas lingkungan dan nasib sendiri, dan kemampuan mencapai sesuatu yang diharapkan.

Jika pemuasan kebutuhan manusia itu terancam oleh kekuatan yang terlalu besar untuk ditangani secara pribadi, barulah kita berbalik kepada politik dan menuntut perlindungan kepada pemerintah. Maka peran citra politik mulai dimainkan. Orang bertukar citra itu melalui komunikasi politik sebagai cara untuk mengatur pertikaian mereka untuk menjamin ketertiban sosial yang melindungi peluang untuk memenuhi kebutuhan fisik, sosial, dan psikologis.

⁵⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung: 2001, Cetakan ketiga, hal. 6-7

Setelah masuk ke dalam politik, citra personal membantu menggantikan persepsi kekacauan dengan rasa ketertiban sosial, apalagi citra rakyat bahkan dapat langsung memenuhi kebutuhan manusia, atau sekurang-kurangnya menghasilkan kesan bahwa kebutuhan itu terpenuhi.⁵⁸

Berikut adalah tabel yang menerangkan tentang kecenderungan, tindakan, dan opini:⁵⁹

Kecenderungan, Tindakan, dan Opini

Tahap-tahap kegiatan	
Kecenderungan <	>
Tindakan	
Citra <	> Rencana <
Operasi	
Citra <	> Interpretasi <
Opini	
(Memperhitungkan)	

5. Interpretasi Personal tentang Politik

Berdasarkan tabel di atas, tabel tersebut melukiskan proses menghubungkan citra personal dengan opini pribadi melalui interpretasi. Dengan interpretasi, individu memperhitungkan segala sesuatu, menyusunnya, dan menanggapi yang paling menonjol. Riset menunjukkan sejumlah hal yang secara rutin diperhitungkan orang dalam merumuskan opini politik pribadi mereka dan

⁵⁸ Ibid, hal. 7-8

⁵⁹ Ibid, hal. 5

mengumumkannya. Berikut ini adalah beberapa kemungkinan dalam perumusan opini publik.⁶⁰

- 1) *Keadaan Internal*: Ini mengacu kepada berbagai hal seperti ciri kepribadian, kecenderungan, sikap, emosi, keinginan, kebutuhan, suasana, motivasi, kebiasaan orang itu, dan sederetan faktor lain yang pada umumnya dianggap bersifat psikologis dan fisiologis.
- 2) *Karakteristik Demografi*: Di sini kita mencakup usia, jenis kelamin, etnik, wilayah tempat tinggal, kelas sosial (termasuk pendapatan, tingkat pendidikan, pekerjaan) seseorang, dan sebagainya.
- 3) *Karakteristik Sosial*: Ini mencakup kelompok tempat orang itu menjadi anggotanya (keluarga, kawan, rekan kerja, gereja, teman sebaya, dsb.), yakni kelompok yang menjadi identifikasinya, dihormatinya, dan dipandanginya sebagai contoh untuk apa yang akan diperlakukannya dan bagaimana melakukannya.
- 4) *Pertimbangan Resmi/Formal*: Lembaga pemerintah, hukum, peraturan, pengaturan, prosedur, kebiasaan, dan akibat yang merugikan atau menguntungkan kalau dipatuhi atau ditentang, semuanya dapat dimasukkan ke dalam proses interpretative dalam merumuskan opini orang.
- 5) *Preferens Partisan*: Banyak orang yang mempunyai preferensi yang lama dan tangguh terhadap partai politik, ideologi, atau tujuan, dan semua ini dapat diperhitungkan melalui interpretasi.

⁶⁰ Ibid, hal. 8-9

- 6) *Komunikasi*: Di sini harus memasukan siapa sumber komunikasi itu dan bagaimana anggapan orang terhadap mereka, lambang dan bahasa pesan mereka, media yang digunakan, dan teknik persuasive yang digunakan.
- 7) *Objek Politik*: Orang mengungkapkan opini tentang sesuatu; ada orang, peristiwa, isu, gagasan, pertanyaan, usul atau objek lain yang menjadi fokus dan rangsangan utama bagi pengungkap opini.
- 8) *Setting Politik*: Orang mengungkapkan opininya tentang objek; dan objek tersebut tampil dalam *setting* ini, adakalanya dianggap lebih penting daripada objek itu sendiri.
- 9) *Pilihan*: Di sini tercakup semua opini yang ada dan dapat diungkapkan orang dan alat yang dapat digunakan untuk mengungkapkannya.

Jadi, jelaslah bahwa banyak hal yang diperhitungkan orang dalam merumuskan opini pribadinya dan mengungkapkannya di depan umum. Jika demikian halnya, maka sangat sukar mengatakan faktor mana atau kombinasi faktor-faktor mana yang paling berpengaruh terhadap pembuatan opini. Dalam beberapa hal, keadaan internal seseorang langsung berasosiasi dengan opini yang diungkapkan; dalam hal lain adalah kepartisan, persepsi terhadap apa yang dilakukan oleh pemimpin pemerintahan, tanggapan terhadap media komunikasi tertentu, ketidakmampuan mengungkapkan pandangan dengan jelas, dan sebagainya. Proses interpretative bukan sekedar mata rantai yang menghubungkan keadaan internal dengan

perilaku seseorang. Juga bukan mekanisme yang hanya mengaktifkan tanggapan yang ditetapkan sebelumnya, yang dikondisikan terhadap rangsangan yang diajukan. Sebaliknya, melalui interpretasi orang mengeksploitasi pikiran, perasaan, dan kesudiannya dengan cara yang dipikirkan dan aktif, dan menanggapi objek-objek dalam *setting* dengan cara yang bermakna secara subjektif.⁶¹

6. Penyusunan Opini Publik

Opini pribadi terdiri atas kegiatan verbal dan nonverbal yang menyajikan citra dan interpretasi individual tentang objek tertentu di dalam *setting*, biasanya dalam bentuk isu, yang diperhitungkan orang. Agar opini public dapat tersusun, opini pribadi harus dimiliki bersama secara luas melalui kegiatan kolektif dengan lebih banyak orang ketimbang yang menjadi pihak pencetus perselisihan atau masalah yang menyebabkan munculnya isu. Penyusunan opini publik dari opini pribadi ini melibatkan saling pengaruh di antara proses personal, sosial, dan politik. Untuk meninjau penyusunan itu, berikut adalah tahapan-tahapan pembentukan opini dan karakteristik opini publik.⁶²

Untuk tahap-tahap pembentukan opini, terdapat proses empat tahap yang melibatkan kesalinglingkupan aspek personal, sosial, dan politik melalui munculnya:

- 1) Pertikaian yang mempunyai potensi menjadi isu
- 2) Kepemimpinan politik

⁶¹ Ibid, hal. 10

⁶² Ibid, 19-20

- 3) Interpretasi personal dan pertimbangan sosial
- 4) Kesiapan mengungkapkan opini pribadi depan umum

Namun sebelum menyebutkannya, ada dua hal yang perlu dibicarakan. *Pertama*, dalam memberikan peran utama kepada interpretasi personal yang aktif dalam membentuk opini, kita tidak mengulang esensial contoh manusia rasional dari perilaku manusia. Yang jelas, interpretasi personal jarang merupakan proses yang disadari. Sebagian besar interpretasi terjadi sehari-hari, secara rutin, dianggap wajar tanpa benar-benar mencurahkan banyak pikiran terhadap sampling personal, pertimbangan sosial, atau perkiraan apa yang dipikirkan, dirasakan, atau dilakukan oleh orang lain. *Kedua*, yang perlu dibicarakan mengenai pembentukan opini sebelum meninjau implikasi pandangan kita, adalah mengenai karakteristik opini dan opini publik. Maka berikut adalah karakteristik opini publik.

Karakteristik utama opini pribadi adalah: opini mempunyai *isi* (opini adalah tentang sesuatu), *arah* (percaya-tidak percaya, mendukung-tidak mendukung, dsb.), dan *intensitas* (kuat, sedang, atau lemah). Opini publik juga memiliki ciri-ciri tertentu, yaitu:

- 1) Terdapat isi, arah, dan intensitas mengenai opini publik
- 2) Kontroversi menandai opini publik, artinya sesuatu yang tidak disepakati seluruh rakyat
- 3) Opini publik mempunyai volume berdasarkan kenyataan, bahwa kontroversi itu menyentuh semua orang yang merasakan konsekuensi langsung dan tidak langsung daripadanya meskipun mereka bukan pihak pada pertikaian yang semula

4) Opini publik itu tetap relatif tetap

Selain karakteristik opini publik yang disebutkan di atas, ada satu ciri lain dari opini publik, yaitu penampilannya yang pluralis. Terdapat tiga wajah opini publik. Wajah yang pertama adalah wajah *opini massa*. Opini massa berasal dari perseorangan yang mencapai pilihan personal dan konsidensi pilihan ini melalui proses selektivitas konvergen, suatu alat untuk mencapai ketertiban sosial yang telah dikemukakan penting dalam menghasilkan pemimpin simbolik persuasi massa, dan komunikasi massa. Wajah kedua dari opini publik terdiri atas semua pengungkapan tentang persetujuan berbagai kelompok, yaitu wajah *opini kelompok*. Kelompok usaha, serikat buruh, organisasi petanian, kelompok konsumen, bahkan badan pemerintahan. Setiap kelompok merupakan publik tersendiri yang dipengaruhi oleh konsekuensi pertikaian tertentu dengan berbagai cara. Wajah ketiga dari opini publik ialah *opini rakyat*. Opini rakyat yaitu penjumlahan opini perseorangan seperti yang diukur oleh *poll* dan survey politik, kecenderungan ukuran yang lain, pilihan membeli pada konsumen, pemberian suara dalam pemilihan umum, dan sebagainya.

Opini publik diturunkan dari proses control sosial, konvergensi seleksi diri, dan negoisasi serta merupakan produk gabungan dari kessalinglingkupan propaganda, periklanan, dan retorik media organisasi, massa, dan personal.⁶³

⁶³ Ibid, hal. 24-26

DAFTAR PUSTAKA

- Budyatna, Prof. Dr. Muhammad., Ganiem, Dr. Leila Mona.
Teori Komunikasi
- Antarpribadi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta: 2011,
Cetakan Pertama
- Burke, Peter. Sejarah dan Teori Sosial, Yayasan Pustaka
Obor Indonesia, Jakarta: 2015, Edisi kedua
- Cangara, Prof. Hafied. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori,
dan Strategi*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta: 2011,
Cetakan ketiga
- Daryanto., Rahardjo, Dr. Muljo., *Teori Komunikasi*, Penerbit
Gava Media, Yogyakarta: 2016, cetakan pertama
- De Vito, Joseph A. *Komunikasi Antar Manusia*, Kuliah
Dasar, Professional Books, Jakarta: 1979, Edisi
Kelima
- Junaedi, Fajar. *Komunikasi Politik: Teori, Aplikasi, dan
Strategi di Indonesia*, Buku Litera, Yogyakarta: 2013,
Cetakan pertama
- Lewis, Richard D. *Komunikasi Bisnis Lintas Budaya*, PT.
Remaja Rosdakarya, Bandung: 2005, cetakan kedua
- Liliweri, Prof. Dr. Ali. *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*,
Kencana Prenada Media Group, Jakarta: 2011,
Cetakan pertama
- Muhammad, Dr. Arni. *Komunikasi Organisasi*, PT. Bumi
Aksara, Jakarta: 2011, Cetakan kedua belas

- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung: 2005, cetakan kedelapan
- Mulyana, Deddy. *Komunikasi Lintas Budaya*, Remaja Rosdakarya, Bandung: 2010
- Morissan. *Teori Komunikasi Organisasi*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta: 2009, Cetakan pertama
- Nurudin, M.Si. *Pengantar Komunikasi Massa*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta: 2009
- Pureklolon, Dr. Thomas Tokan. *Komunikasi Politik: Mempertahankan Integritas Akademisi, Politikus, dan Negarawan*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta: 2016
- Rakhmat, Jalaluddin. *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung: 2001, Cetakan ketiga
- Rohim, H. Syaiful. *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam & Aplikasi*, PT. Rineka Cipta, Jakarta: 2009, Cetakan pertama
- Ruben, Brent D., Stewart, Lea P. *Komunikasi dan Perilaku Manusia (Edisi Kelima)*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta: 2014, cetakan kedua
- Sambas, Dr. H. Syukriadi. *Sosiologi Komunikasi*, CV. Pustaka Setia, Bandung: 2015, Cetakan pertama
- Severin, Werner J., Tankerd Jr, James W. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media*

Massa, Kencana Prenadamedia Group, Jakarta: 2011,
Cetakan kelima

Soyomukti, Nurani. *Komunikasi Politik*, Intrans Publishing,
Malang: 2013, Cetakan Pertama

Soyomukti, Nurani. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Ar-Ruzz
Media, Jogjakarta: 2010, cetakan pertama

Subakti, Ramlan. *Memahami Ilmu Politik*, PT. Grasindo,
Jakarta: 2010, Cetakan Ketujuh

Tubbs, Stewart L., Moss, Sylvia. Penerjemah: Dr. Deddy
Mulyana, M.A. *Human Communication (Prinsip-
prinsip Dasar)*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung:
2001, cetakan ketiga

