



# Unsur-unsur, sifat, dan fungsi komunikasi

# Tiga konseptualisasi komunikasi

1. Komunikasi sebagai tindakah satu-arah
  - Penyampaian pesan
  - Co: Seseorang bercerita mengenai suatu masalah.
  - Menurut Michael Burgoon disebut “definisi berorientasi-sumber” (*source-oriented definition*)
  - Sifat prosesusual interaksi –memberi dan menerima.

## 2) Komunikasi sebagai interaksi

- Dalam arti sempit berarti saling mempengaruhi (*mutual-influence*).
- Bergantian.
- Umpan balik (*feedback*): apakah dapat dimengerti, dapat diterima, menghadapi kendala, dsb.
- Co: Mahasiswa tidur ketika perkuliahan berlangsung, kemudian dosen mengeraskan suara.

### 3) Komunikasi sebagai transaksi

- Proses penyandian (*encoding*) dan penyandian-balik (*decoding*) bersifat spontan dan simultan (bersamaan).
- Dinamis.
- “Definisi berorientasi-penerima” (*receiver-oriented definition*).
- Co: Dosen memberikan kuliah, komunikasi terjadi bukan hanya pada isi kuliahnya melainkan menafsirkan perilaku anak didiknya.

# Unsur-unsur dasar komunikasi

- Tiga unsur utama:

1) Pengirim pesan

2) Pesan itu sendiri

3) Target penerima pesan

# Surat bagi kekasih

Anda menuntut ilmu di negeri seberang, rindu kepada kekasih. Karena keterbatasan dana, Anda putuskan menggunakan surat sebagai medium pengantar pesan. Kekasih menerima surat Anda. Ia pun sama rindunya, membalas surat Anda sambil menangis. Tanpa sadar, ia meneteskan air mata, jatuh pada surat yang ditulisnya. Anda menerima surat itu. Namun, pada bagian tertentu, tulisan kekasih Anda tidak terbaca, luntur terkena tetesan air matanya.

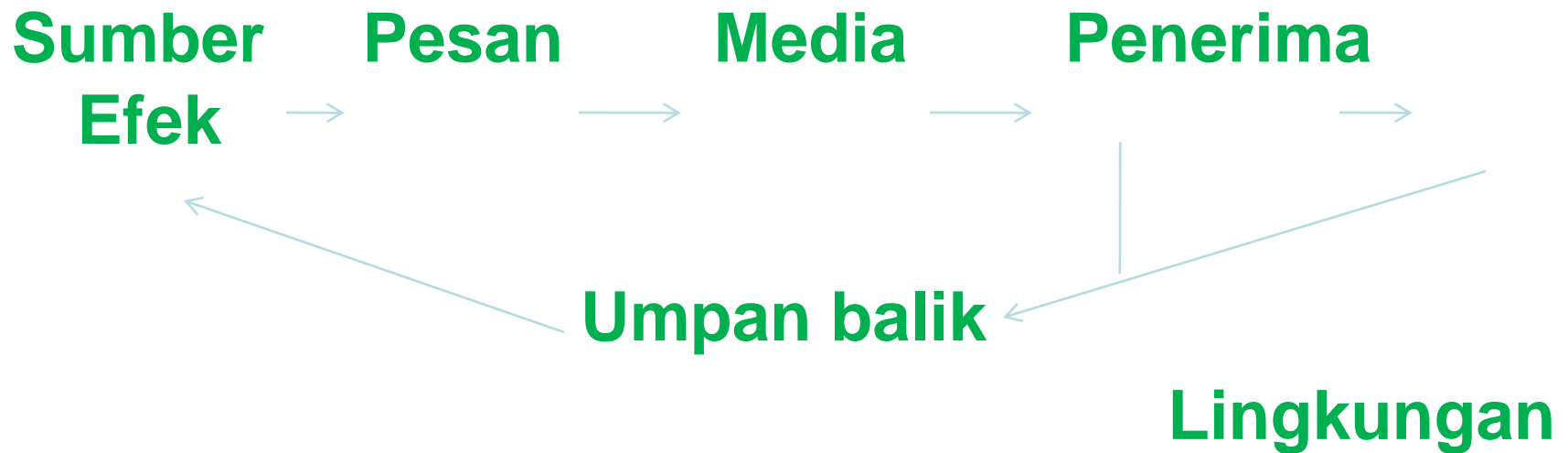
**Tentukan unsur-unsur komunikasi yang Anda ketahui dari kasus surat bagi kekasih?**

# Identifikasi dari kasus tersebut:

- a) **Anda** sebagai penyampai pesan
- b) **Pesan** yang Anda sampaikan
- c) **Surat** sebagai **medium** pengantar pesan
- d) **Kekasih** Anda sebagai **penerima pesan**
- e) **Efek** atau pengaruh pesan → **menangis**
- f) **Jawaban** kekasih Anda
- g) Surat sebagai medium
- h) **Gangguan** → tetesan **air mata**
- i) **Anda** yang **menerima jawaban** dari kekasih.



# Unsur-unsur komunikasi (Miller dan Cherry)



# Sumber

- Satu orang atau dalam bentuk kelompok (partai, organisasi atau lembaga).
- Pengirim pesan= komunikator (*source, sender, encoder*).
- *Encoder* diartikan sebagai alat penyandi dan *encoding* adalah proses penyandian. Sementara itu, yang disandikan adalah pesan.

# Sumber dalam komunikasi antara satu orang dengan organisasi

- Seorang pelanggan (komunikator) mengajukan ketidakpuasannya atas kinerja produk dari produsen (komunikan) yang baru dibeli.
- Petugas humas memberikan jawaban atas ketidakpuasan konsumen, terjadilah komunikasi antara produsen selaku komunikator dan satu orang (pelanggan) selaku komunikan.

# Pesan

- Sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima.
- Dapat tatap muka atau melalui media komunikasi.
- Berupa hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.
- *Message, content, atau information.*
- Suara, mimik, dan gerak-gerak lazim.

# Media

- Alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.

## Lanjutan...

- Macam-macam bentuknya: pancaindra, saluran komunikasi (telepon, surat, e-mail) media sosial, dsb.
- Dalam komunikasi massa:
  - a) Media cetak (majalah, surat kabar, buletin, dsb)
  - b) Media elektronik (komputer, radio, film, TV, dsb)

# Penerima

- Khalayak, sasaran, komunikan, *audience* atau *receiver*.
- Keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber.
- *Decoder* merupakan alat penyandi balik
- *Decoding* adalah proses penyandian balik, yang disandibalikkan adalah pesan.

# Lanjutan...

- Tidak ada penerima jika tidak ada sumber.
- Prinsip → mengenali khalayak, dengan mengetahui dan memahami karakteristik penerima, ada peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi.



## Dilihat dari jumlah komunikator dan komunikannya, proses komunikasi dapat terjadi dalam 9 kemungkinan:

1) Antara satu orang dan satu orang.

Misal: penulis dengan kekasih penulis

2) Antara satu orang dan banyak orang.

Misal: penulis dengan mahasiswa penulis.

3) Antara satu orang dan massa.

Misal: penulis sebagai penulis opini di koran, penulis sebagai komunikator massa yang menyampaikan pesan melalui media massa.

4) Antara banyak orang dan satu orang.

Misal: sekelompok warga desa melakukan demonstrasi terhadap lurahnya atau menyampaikan tuntutan kepada kepala desanya.

5) Antara banyak orang dan banyak orang.

Misal: sekelompok mahasiswa dengan kelompok lainnya.

6) Antara banyak orang dan massa.

Misal: sekelompok polisi mencanangkan pesan anti-terorisme, menyampaikan pesan melalui TV sebagai media massa elektronik.

7) Antara massa dan satu orang.

Misal: khalayak pembaca media massa  
mempertanyakan pernyataan seorang tokoh di  
media  
massa.

8) Antara massa dan banyak orang.

Misal: khalayak pembaca media massa  
mempertanyakan sikap sekelompok polisi yang  
katanya  
anti-terorisme tadi

9) Antara massa dan massa.

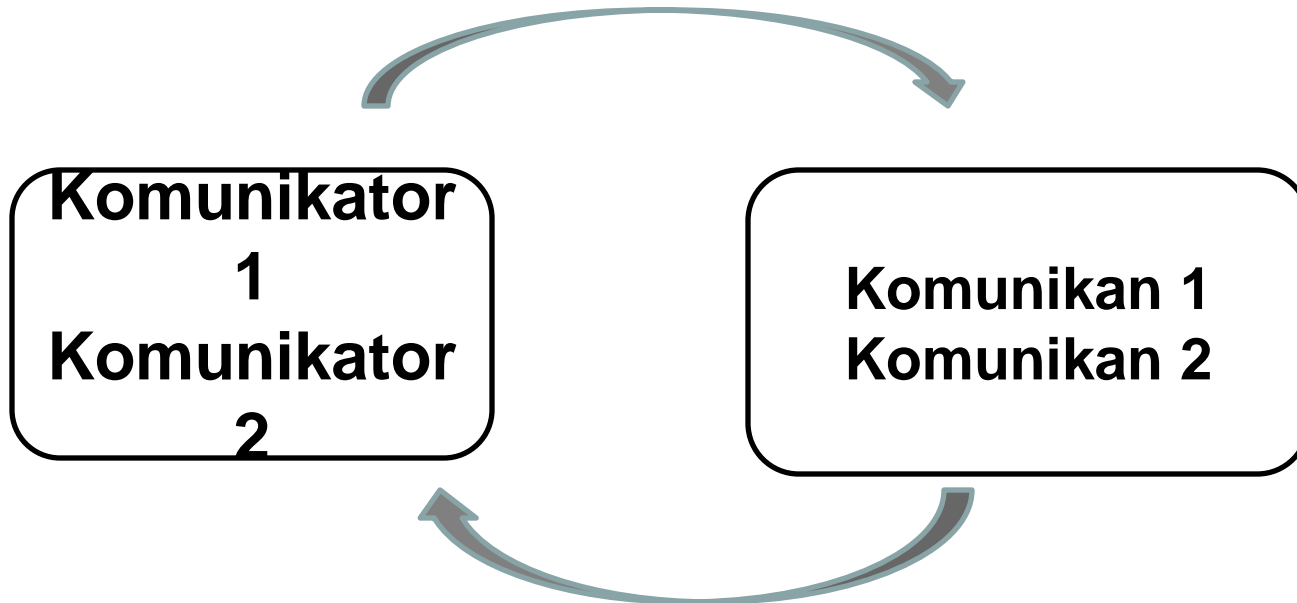
Misal: sebagian khalayak media massa pembaca *Tempo* yang setuju atas pemberitaan, sementara sebagian khalayak lainnya tidak setuju atas pemuatan berita di majalah itu.

# Pengaruh

- Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.
- Dapat terjadi pada pengetahuan, sikap tingkah laku seseorang (De Fleur).
- Co: perubahan hidup sehat dengan tidak merokok.

# Bagan umpan balik

**PESAN**



# Tanggapan balik atau umpan balik

- Umpan balik adalah salah satu bentuk dari pengaruh yang berasal dari penerima.
- Umpan balik dapat juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.
- Co: surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim.

# Lingkungan

- Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi.
- Terdiri dari empat macam:
  - a) Lingkungan fisik
  - b) Lingkungan sosial budaya
  - c) Lingkungan psikologis
  - d) Dimensi waktu



# A. Lingkungan fisik

- Proses komunikasi hanya bisa terjadi kalau tidak terdapat rintangan fisik.
- Co: geografis
- Komunikasi sering kali sulit dilakukan karena faktor jarak yang begitu jauh, di mana tidak tersedia fasilitas komunikasi seperti telepon, kantor pos atau jalan raya.

## B. Lingkungan sosial

- Faktor sosial budaya, ekonomi dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi.
- Co: kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat dan status sosial.

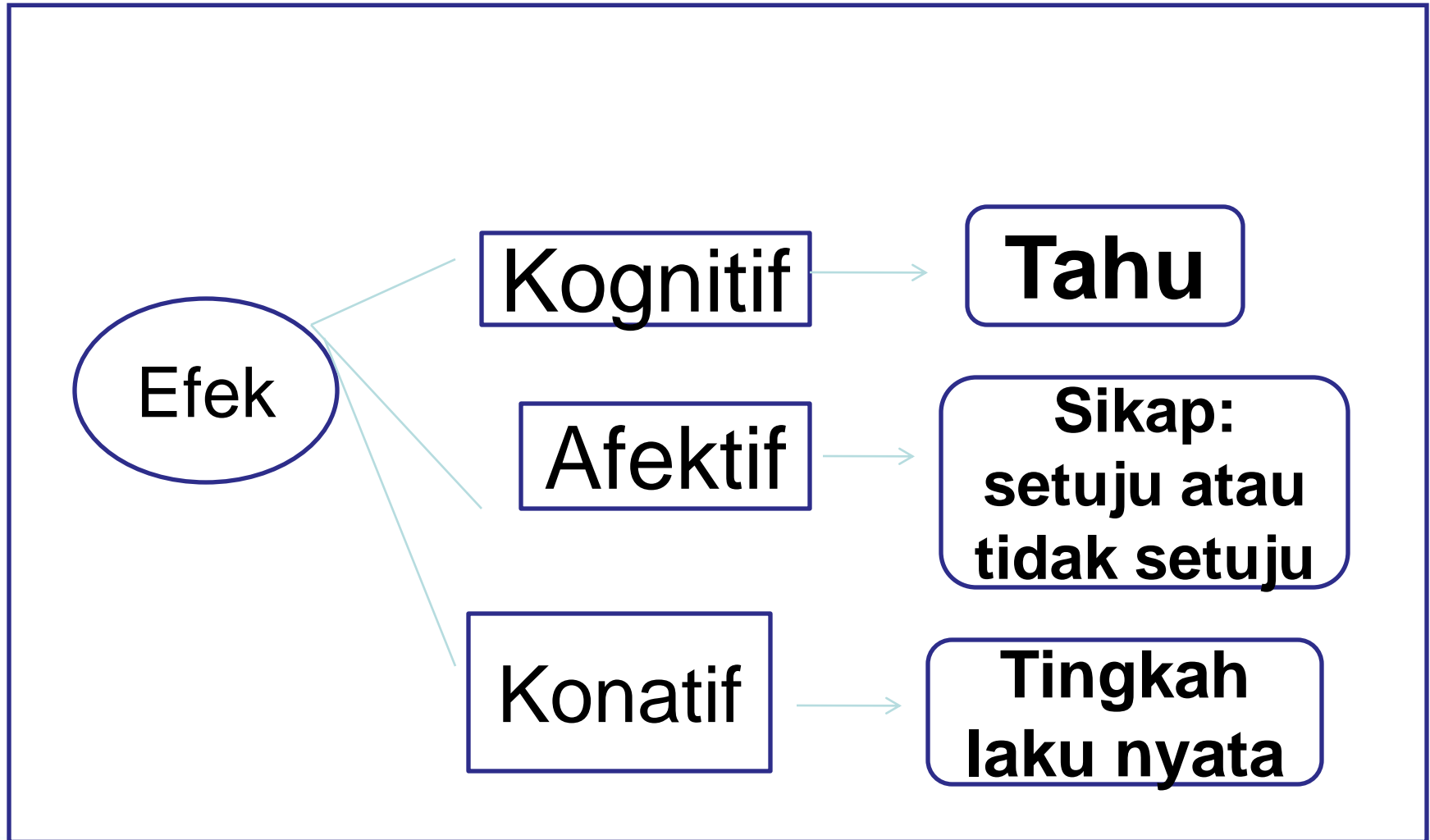
## C. Dimensi psikologis

- Pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi.
- Co: menghindari kritik yang menyinggung perasaan orang lain, menyajikan materi yang sesuai dengan khalayak.
- Dimensi psikologis ini biasa disebut dimensi internal.

## D. Dimensi waktu

- Situasi yang tepat untuk melakukan kegiatan komunikasi.
- Banyak proses komunikasi tertunda karena perhitungan waktu, misalnya musim.

# Efek komunikasi



# Iklan Layanan Masyarakat KB



# Sifat komunikasi

## 1) Tatap muka

- ❑ Tatap muka (*face to face*): komunikasi yang secara langsung berhadapan atau bertemu antara komunikator dengan komunikan.
- ❑ Rapat, kuliah, seminar, dsb.

## 2) Bermedia (*mediated*)

- ❑ Proses komunikasi yang memanfaatkan sarana teknologi (cetak dan elektronik).

# Fungsi komunikasi

- 1) Menyampaikan informasi (*to inform*)
  - ✓ Pesan atau informasi.
  - ✓ Ungkapan perasaan: marah, kesal, senang, dsb.
  - ✓ “Hai.. Sudah tahu belum, kalau besok ada Merry Riana di Udinus?”





Lanjutan...

2) Mendidik (*to educate*)



# Lanjutan....

## 3) Menghibur (*to entertain*)



- ✓ Sebagai “teman” dalam perjalanan ke kampus, kantor, kemacetan.
- ✓ Fungsi menghibur dikemas untuk menjual “kemasan hiburannya” kepada pihak industri massa untuk memasang iklan.

## Lanjutan...

### 4) Pengawasan (*surveillance*)

- ❖ Peringatan kepada komunikan (massa)
- ❖ Berita berkaitan dengan akan terjadinya gempa, angin topan, pencurian, dsb.

# Lanjutan...

5) Mempengaruhi (*to influence*)

Co: Rayuan “MLM”.



- Pengaruh berupa perubahan sikap, pendapat, perilaku.
- “Isu” menyenangkan atau mengecewakan menimbulkan *misscommunication, misunderstanding*.
- Adanya konflik karena *misscommunication* membuat komunikasi harus mampu berperan sebagai “mediator”.



## 6) Penerusan nilai-nilai (*Transmission of values*)



- Disebut juga fungsi sosialisasi (proses belajar).
- Proses belajar menurut Peter L. Berger: proses **penanaman nilai-nilai atau kebiasaan** dalam kehidupan masyarakat.
- Co: Dari kecil anak belajar untuk menerima dan memberikan sesuatu dari dan kepada orang lain menggunakan tangan kanan.



# Fungsi komunikasi menurut Thomas M. Scheidel, Gordon L dan Rudolph

- 1) Menjalin hubungan persaudaraan
  - Komunikasi sebagai alat untuk menjalin hubungan persaudaraan atau kontak sosial.
  - Co: perkenalan pegawai baru diawali dengan berjabat tangan, berbicara langsung.
  - Saling kenal dan menyapa meski hanya basa-basi saja.

# Lanjutan...

## 2) Memperteguh atau menguatkan hubungan

- Alat untuk memperteguh atau menguatkan (memupuk dan memelihara) hubungan.
- Co: seseorang yang sudah lama tidak kontak dengan saudara kemudian muncul ingin melakukan kontak.
- Co: ikatan yang bersifat primordial (suku, agama, wilayah atau asal, dsb), fenomena “mudik”.