

ILMU KOMUNIKASI MASYARAKAT

Ass. Prof. Dr. Ir. Hj. Khodijah Ismail, M.Si

khodijah@umrah.ac.id

[www. Khodijahismail.com](http://www.Khodijahismail.com)



Unsur-unsur, sifat, dan fungsi komunikasi

Tiga unsur utama:

- 1) Komunikator (Pengirim Berita, Sumber) atau source, sender, atau encoder.
 - mengemukakan hal-hal yang terkandung dalam pikirannya secara jelas kepada pihak yang menerima berita sehingga komunikasi mudah dan cepat untuk memahami dan menanggapi
 - harus memperhatikan dengan siapa atau kepada siapa pesan itu disampaikan
- 2) Media
 - media yang paling dominan dlm berkomunikasi adl pancaindra manusia spt mata dan teliga
 - Media :
 1. Media antarpribadi (kurir /utusan, surat, dan telpon)
 2. Media kelompok : rapat, seminar, dan konperensi
 3. Media publik : rapat akbar, rapat raksasa
 4. Media massa : surat kabar, film, radio, dan televisi
- 3) Messages (berita atau pesan)
 - Dapat berupa : perintah, permintaan, pendapat, saran atau usul, dapat disampaikan secara lisan maupun tulisan/gambar/kode dan lain-lain

Sifat-sifat komunikator efektif



Empat faktor penting komunikator

- Pengetahuan: content knowledge, procedural knowledge,
- Pengalaman :
 - pengamatan terhadap yang lainnya (kemampuan diagnosa)
 - berpartisipasi dengan yang lainnya (membangun skill performance)
- Motivasi
 - ketiadaan kemauan untuk berkomunikasi dalam membangun dialog dengan yang lain menjadi faktor terbentuknya kesalahpahaman terhadap apa yang dimaui dan dibutuhkan dalam hubungan tersebut
- Sikap
 - Kita dapat memprediksi perbedaan ataupun kadar hubungan komunikasi kita melalui sikap yang ditunjukkan oleh komunikan

Tanpa pengetahuan mengenai orang dan situasi yang berbeda, maka fleksibilitas dan adaptasi susah dilakukan.

Tahapan Membangun komunikasi efektif

1. Kita harus memperkenalkan diri dengan apa yang diketahui tentang subjek teori-teori komunikasi, fakta dan lain-lain.
2. Kita harus belajar mengenali keahlian serta kekurangan dan cacat dalam perilaku komunikasi orang lain.
3. Kita harus belajar mengenali kemahiran serta kekurangan dan cacat dalam perilaku komunikasi dari diri mereka sendiri.
4. Kita harus belajar mengembangkan metode-metode keterampilan untuk meningkatkan komunikasi kita sendiri.
5. Kita harus belajar mengembangkan metode-metode keterampilan untuk meningkatkan perilaku komunikasi dengan orang lain.



Prinsip hubungan komunikasi bersama (together communication relationship) yang efektif.

- Fleksibel dan tidak keras kepala.
- Bicara secara terbuka tentang perasaan, sikap, dan pendapat Anda.
- Menanggapi pasangan Anda dengan cara yang menunjukkan rasa hormat, memenuhi standar nilai, dan kepedulian.
- Hadir dalam saat-saat yang penting.
- Serius dalam hubungan tapi tetap ingat untuk bersenang-senang.

Komunikator yang Efektif

"He doesn't communicate what he says, he communicates what he is,"
tulis Jalaluddin Rakhmat.

Aristoteles menyebut karakter komunikator ini sebagai ethos. Ethos terdiri dari pikiran baik, akhlak yang baik, dan maksud yang baik (good sense, good moral character, good will).

kredibilitas, atraksi dan kekuasaan- kita sebut sebagai ethos (sebagai penghormatan pada Aristoteles, psikolog komunikasi yang pertama

Dimensi-dimensi Ethos

Kredibilitas

- *Karena kredibilitas itu masalah persepsi, kredibilitas berubah bergantung pada pelaku persepsi (komunikate), topik yang dibahas dan situasi. Persepsi dapat dibentuk.*
- *Hal-hal yang mempengaruhi persepsi komunikate tentang komunikator sebelum ia melakukan komunikasinya disebut prior ethos. Prior ethos terbentuk karena sudah lama bergaul, sering terlihat di media massa, sponsor pihak pendukungnya,*
- *Dua komponen kredibilitas yang paling penting ialah keahlian dan kepercayaan.*

Atraksi (Attractiveness)

Beberapa faktor-faktor situasional yang mempengaruhi atraksi interpersonal:

- daya tarik fisik,
- ganjaran,
- kesamaan dan
- kemampuan

Penjelasan:

- *orang cantik lebih besar kemungkinannya untuk menjadi komunikator yang efektif.*
- *Everet M. Rogers: Komunikasi akan lebih efektif pada kondisi homophily daripada kondisi heterophily. Komunikasi akan lebih efektif jika komunikator dan komunike merasakan ada kesamaan dalam status sosial ekonomi, pendidikan, sikap dan kepercayaan (homophily)*
- *kesamaan mempermudah proses penyandibalikan (decoding), yakni proses menerjemahkan lambang-lambang yang diterima menjadi gagasan-gagasan*

Kekuasaan

- Dalam kerangka teori Kelman, kekuasaan adalah kemampuan menimbulkan ketundukan
- Kekuasaan menyebabkan seorang komunikator dapat "memaksakan" kehendaknya kepada orang lain, karena ia memiliki sumber daya yang sangat penting (critical resources). *(Sebut dan jelaskan jenis2 kekuasaan)serta lima hasil penelitian yang berkenaan dengan penggunaan kekuasaan dalam mempengaruhi perilaku orang lain)*
- Tetapi apapun jenis kekuasaan yang dipergunakan, ketundukan adalah pengaruh yang paling lemah dibandingkan dengan identifikasi dan internalisasi. kekuasaan sepatutnya digunakan setelah kredibilitas dan aktraksi komunikator

Pola Kendali Komunikasi

- *Kendali merupakan keahlian atau kecakapan sosial.*
- *cara manusia menggunakan kendali itu berbeda-beda.....; Ada yang secara terang-terangan atau gamblang dalam menggunakan kendali. "Mau makan!" sambil berteriak ketika masuk restoran. Jadi sifatnya ofensif*
- *Menurut Millter dan Steinberg (1975), strategi kendali dasar manusia juga berbeda seperti: argumentasi yang logis atau masuk akal, dengan luapan emosi, menggunakan pendekatan dasarnya bergantung pada imbalan, mendasarkan pada sanksi atau hukuman*

Lanjutan Pola Kendali Komunikasi

Strategi Kendali Komunikasi (Miller dan Steinberg (1975))


- **Strategi Wortel Teruntai (Dangling Carrot Strategies):**
Berupa pemberian imbalan yang oleh komunikator diberikan kepada pihak lain. Tujuan utama strategi ini ialah mengubah tingkat dan arah perilaku seseorang
- **Strategi Pedang Tergantung (Hanging Sword Strategies):**
Strategi ini merupakan hukuman. Ada tiga tipe Pedang Tergantung.
 - 1) memberikan komunikator berupa rangsangan yang dibenci atau tidak disukai.
 - 2) pembatalan imbalan, withdrawal of reward. Sementara komunikator tidak menganggap perilaku ini sebagai hukuman.
 - 3) dinamakan profit loss artinya kehilangan keuntungan. Kehilangan keuntungan agak berbeda dengan rangsangan yang dibenci dan pembatalan imbalan
- **Strategi Katalisator (Catalyst Control Strategist)**
komunikator mencoba memancing respons yang ia inginkan, Komunikator atau pengendali harus membekali dengan pesan yang membangkitkan semangat
- **Strategi Kembar Siam**
bukan untuk menciptakan hubungan yang diinginkan melainkan merupakan hasil dari semacam hubungan yang sudah ada atau sudah terbentuk.
- **Strategi Dunia Khayal (Fairylant Strategies)**
Taktik-taktik yang digunakan oleh pengguna strategi ini yaitu mengabaikan respons-respons yang tidak diinginkan

Konteks-konteks komunikasi



6. KONTEKS KOMUNIKASI



- 
- Komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa sosial melainkan dalam konteks atau situasi tertentu
 - Secara luas konteks di sini berarti semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi (**aspek fisik** : cuaca, peserta, alat dsb; **aspek psikologis** : sikap, emosi, prasangka dsb; **aspek sosial**: norma, nilai, karakteristik dsb,; **aspek waktu**)
 - Salah satu pendekatan untuk membedakan konteks-konteks komunikasi adalah pendekatan situasional (situational approach) yang dikemukakan G.R. Miller



Komunikasi Intrapribadi

- komunikasi dengan diri sendiri. Contohnya berpikir
- Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri

Komunikasi Antarpribadi

- komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal
- komunikasi tatap-muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya, berbeda dengan komunikasi lewat media massa yang membuat manusia merasa terasing



Komunikasi Kelompok

- ▶ komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil (small group communication), jadi bersifat tatap-muka
- ▶ Komunikasi kelompok dengan sendirinya melibatkan juga komunikasi antarpribadi, karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

Komunikasi Publik

- ▶ komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu persatu.
- ▶ Ciri-ciri komunikasi publik adalah: terjadi di tempat umum (publik)
- ▶ Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk



Komunikasi Organisasi

- ▶ terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok
- ▶ Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat, juga termasuk selentingan dan gosip

Komunikasi Massa

- ▶ Komunikasi massa (mass communication) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat anonim, dan heterogen.
- ▶ Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik).

CHAPTER 7

HAMBATAN KOMUNIKASI

Hambatan fisik.

Hambatan kepribadian

Hambatan usia.

Hambatan budaya.

Hambatan bahasa

Hambatan kecakapan teknologi.

Hambatan lingkungan alam dan kondisi sekitar



Faktor Hambatan (Barriers) Dalam Komunikasi Yang Efektif

- Hambatan adalah faktor-faktor yang dapat mengganggu penerimaan pesan. Karena pesan yang diterimanya terganggu maka penerima pesan bisa saja salah memaknai pesan yang diterimanya. Ada 4 faktor:
- Bahasa
- Lingkungan
- Fisik
- Psikologi
- Jadi, komunikator yang efektif akan memperhatikan hal-hal yang sekiranya berpotensi dapat menghambat efektifitas komunikasi yang dilakukannya.