



Dasar Dasar Komunikasi

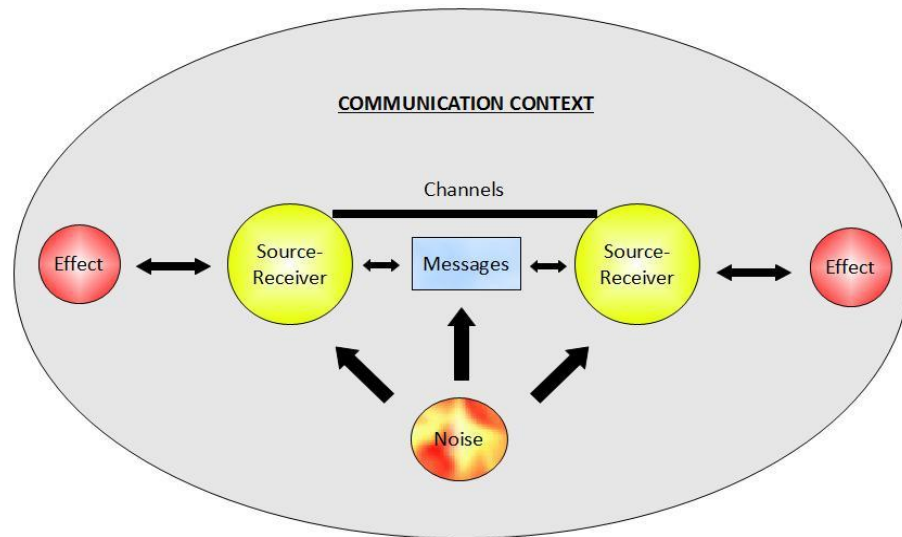
Riatun, S.Sos., M.I.kom.

ELEMEN KOMUNIKASI



Tujuan utama Komunikasi adalah penyampaian informasi dari satu individu atau kelompok ke individu atau kelompok lainnya sehingga menciptakan pemahaman bersama. Komunikasi yang dilakukan harus secara efektif dapat menyampaikan apa yang ingin disampaikan oleh pengirim informasi (*sender*) ke penerima informasi (*receiver*).

Komunikasi adalah proses dinamis yang dimulai dengan konsep gagasan oleh pengirim (*Sender*) yang ditransmisikan dalam bentuk simbolis (*encoding*) baik bentuk verbal maupun non-verbal melalui saluran komunikasi (*communication channel*) ke penerima informasi (*receiver*). Informasi yang diterima tersebut harus diinterpretasi atau pengartian ulang (*decoding*) lagi sehingga dapat dipahami oleh si penerima informasi.



"This is a simplified view of the elements of human communication and their relationship to one another. Messages (including feedforward and feedback) are sent simultaneously through a variety of channels from one source-receiver to another. The communication process takes place in a context (physical, cultural, social-psychological, and temporal) and is subjected to interference by noise (physical, psychological, and semantic). The interaction of messages with each source-receiver leads to some effect."

Dari Proses Komunikasi terdapat beberapa elemen penting dalam suatu proses komunikasi yaitu Pengirim informasi (*Sender*), Simbol/Isyarat (*Encoding*), Saluran (*Channel*), Mengartikan Simbol/Isyarat (*Decoding*), Penerima (*Receiver*), Umpan Balik (*Feedback*) dan Pesan (*Message*) itu sendiri. Berikut ini adalah pembahasan singkat mengenai elemen dalam proses komunikasi ini.

1. PENGIRIM INFORMASI (SENDER)

Pengirim (*Sender*) atau disebut dengan Komunikator adalah individu, kelompok atau organisasi yang memulai komunikasi yang telah mengkonseptualisasikan gagasan yang ingin disampaikan ke pihak lain. Contohnya seorang manajer ingin menginformasikan ke bawahannya mengenai pengenalan produk baru, maka manajer tersebut dapat dikatakan sebagai Pengirim atau *Sender*.

2. PESAN (MESSAGE)

Pesan dalam proses komunikasi ini adalah ide, perasaan, pedoman, instruksi, perintah atau konten apapun yang dimaksudkan untuk dikomunikasikan. Contohnya seperti pesan untuk pengenalan produk, pesan instruksi yang harus dilakukan oleh bawahan dan lain sebagainya.

3. SIMBOL/ISYARAT (ENCODING)

Proses ini merupakan proses mengubah ide, pemikiran atau komponen pesan/informasi lainnya yang akan dikomunikasikan tersebut menjadi simbol, kata-kata, tindakan, diagram, gerakan tubuh, gambar dan lain-lainnya.

4. SALURAN (CHANNEL)

Pengirim memilih saluran atau media yang akan digunakan untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Pemilihan media ini harus dilakukan dengan hati-hati agar pesan atau informasi yang akan disampaikannya ini secara efektif dapat ditafsirkan dengan benar oleh penerima.

5. MENGARTIKAN SIMBOL/ISYARAT (DECODING)

Di proses *decoding* ini, penerima menafsirkan pesan pengirim dan mencoba memahaminya sebaik mungkin. Komunikasi yang efektif hanya terjadi jika penerima memahami sama persis apa yang dimaksudkan oleh pengirim.

6. PENERIMA (RECEIVER)

Receiver atau Penerima adalah orang yang ditargetkan untuk pesan atau informasi tersebut. Penerima informasi harus mencoba sebaik mungkin untuk memahami apa yang dimaksudkan oleh pengirim informasi sehingga tujuan komunikasi tercapai.

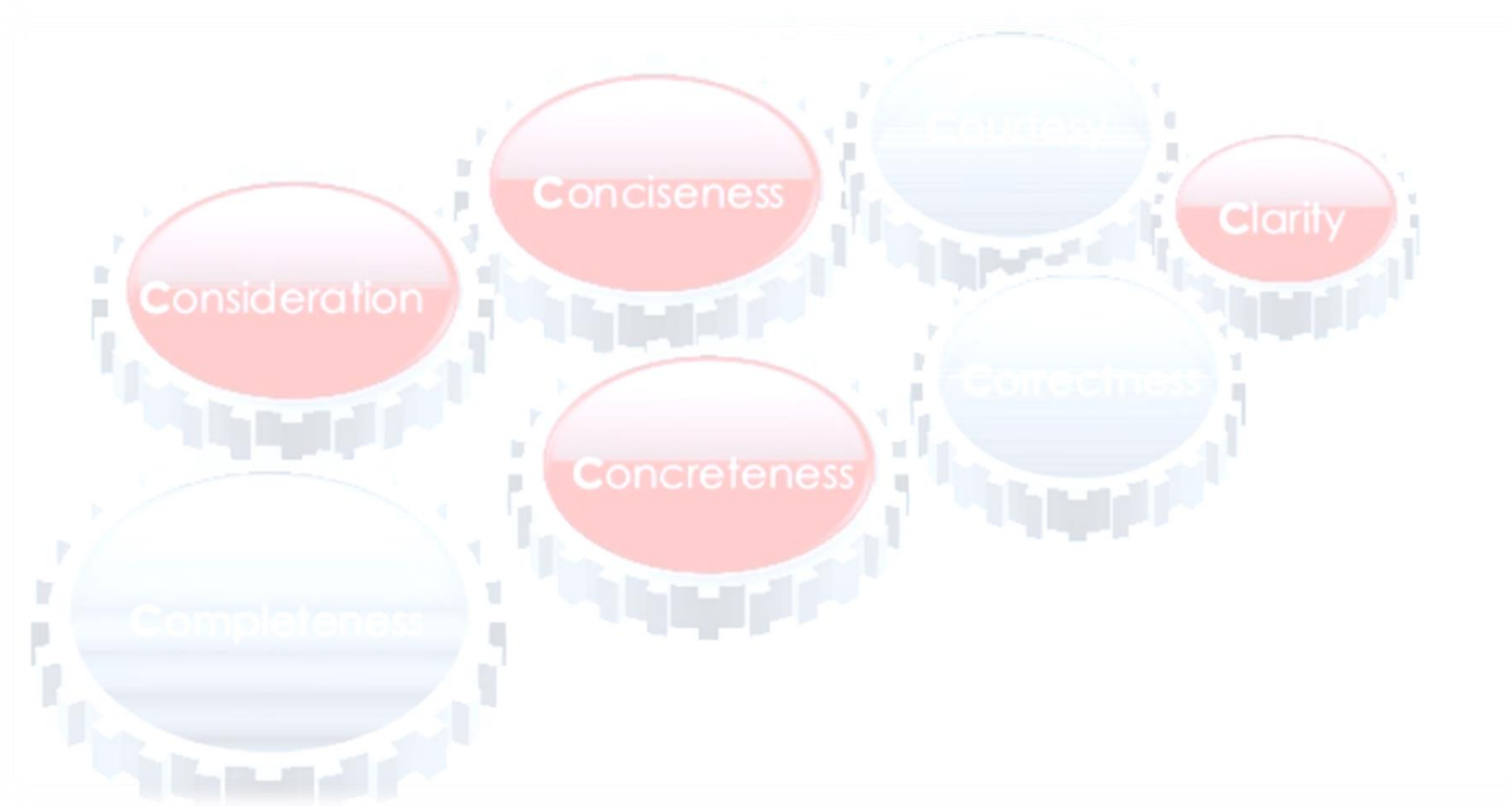
7. EFEK

- Efek merupakan hasil akhir dari proses komunikasi. Efek ini bisa berupa perubahan sikap atau tingkah laku target pesan (komunikasikan). Efek yang dihasilkan pesan menentukan apakah pesan tersebut berhasil.
 - **Aspek kognitif**
Menyangkut kesadaran dan pengetahuan (orang menjadi tahu/sadar),
Contoh : bahaya merokok.
 - **Aspek Afektif**
Menyangkut sikap atau perasaan (setelah diterpa pesan orang menjadi setuju/tidak setuju, suka/tidak suka).
 - **Aspek konatif/psikomotorik**
Menyangkut perilaku/tindakan (setelah diterpa pesan orang mau melakukan /tidak melakukan apa yang disarankan).

8. UMPAN BALIK (FEEDBACK)

Umpan balik atau *feedback* adalah langkah terakhir dari proses komunikasi untuk memastikan penerima telah menerima pesan dan telah menafsirkannya dengan benar sesuai dengan yang dimaksudkan oleh pengirim. *Feedback* ini akan meningkatkan efektivitas komunikasi karena memungkinkan pengirim untuk mengetahui keefektifan pesannya. Tanggapan dari penerima dapat berupa verbal maupun non-verbal.

PRINSIP KOMUNIKASI



PRINSIP KOMUNIKASI

Prinsip komunikasi pada dasarnya merupakan penjabaran lebih jauh mengenai definisi atau hakikat komunikasi. Prinsip tersebut dijadikan dasar dalam berkomunikasi, baik secara lisan maupun tertulis. Menurut Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki Hakki dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi (2017), prinsip komunikasi adalah dasar atau asas pikiran untuk membahas komunikasi.

PRINSIP KOMUNIKASI

➤ Berikut 12 prinsip komunikasi menurut **Deddy Mulyana**:

1. Komunikasi Adalah Proses Simbolik Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal) perilaku nonverbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama.

Lambang memiliki beberapa sifat sebagai berikut:

a. Lambang bersifat sembarang, manasuka atau sewenang-wenang. Lambang hadir dimana-mana dan tidak henti-hentinya menerpa kita. Alam tidak memberikan penjelasan kepada kita mengapa manusia menggunakan lambang-lambang tertentu untuk merujuk pada hal-hal tertentu, baik yang konkrit maupun yang abstrak.

PRINSIP KOMUNIKASI

- b. Lambang pada dasarnya tidak mempunyai makna, kitalah yang memberi makna pada lambang. Makna sebenarnya ada dalam kepala kita dalam pikiran kita, bukan terletak pada lambang itu sendiri. Bila ada orang yang mengatakan bahwa kata-kata mempunyai makna, maka yang ia maksudkan sebenarnya adalah bahwa kata – kata itu mendorong orang untuk memberi makna (yang telah disetujui bersama) terhadap kata-kata itu.
- c. Lambang itu banyak variasinya Lambang itu bervariasi dari satu budaya ke budaya lain, satu tempat ke tempat lain, dari satu konteks waktu ke konteks yang lain. Kita hanya memerlukan kesepakatan mengenai suatu lambang.

PRINSIP KOMUNIKASI

2. Setiap Perilaku Mempunyai Potensi Komunikasi Tidak berarti bahwa semua perilaku adalah komunikasi, namun komunikasi terjadi bila seseorang memberi makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri. Setiap perilaku seseorang punya potensi untuk ditafsirkan.
3. Komunikasi Memiliki Dimensi Isi Dan Dimensi Hubungan Dimensi isi disandi secara verbal, sedangkan dimensi hubungan disandi secara nonverbal. Dimensi isi menunjukkan muatan (isi) komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakan, bagaimana cara mengatakan ini mengisyaratkan bagaimana hubungan peserta komunikasi dan menunjukkan bagaimana

PRINSIP KOMUNIKASI

4. Komunikasi Berlangsung Dalam Berbagai Tingkat Kesengajaan Komunikasi dilakukan dalam berbagai tingkat kesengajaan dari komunikasi yang tidak disengaja sama sekali hingga komunikasi yang benar-benar direncanakan dan disadari.
5. Komunikasi Terjadi Dalam Konteks Ruang Dan Waktu Prinsip ini mengasumsikan bahwa komunikasi terjadi pada ruang dan waktu tertentu. Makna pesan bergantung pada konteks fisik dan ruang, waktu, sosial dan psikologis. Ruang mempengaruhi makna terhadap suatu pesan, suasana psikologis peserta komunikasi mempengaruhi pesan yang

PRINSIP KOMUNIKASI

6. Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Komunikasi Prinsip ini mengasumsikan bahwa hingga derajat tertentu ada keteraturan pada komunikasi manusia. Dengan kata lain bahwa karena perilaku manusia memiliki keteraturan maka minimal secara parsial dapat diramalkan.
7. Komunikasi Bersifat Sistemik Setidaknya ada dua sistem dasar yang beroperasi dalam transaksi komunikasi yaitu sistem internal dan sistem eksternal.
 - a. Sistem internal adalah seluruh sistem nilai yang dibawa individu ketika ia melakukan komunikasi. Nilai-nilai ini diperoleh selama dia bersosialisasi dalam lingkungan sosialnya. Istilah lain yang digunakan para pakar tentang sistem internal ini adalah kerangka rujukan (*frame of reference*), bidang pengalaman (*field of experience*), struktur kognitif / *cognitive structure*.

PRINSIP KOMUNIKASI

structue), pola pikir (*thinking paterns*) keadaan internal (*internal state*) dan sikap (*attitude*). Sistem internal mengandung semua unsur yang membentuk individu yang unik termasuk ciri-ciri kepribadiannya, intelegensinya, pendidikannya, pengetahuannya, agama, bahasa, motif hidup, keinginan, cita-cita, dan semua pengalaman masa lalunya yang pada dasarnya tersembunyi.

- b. Sistem eksternal adalah seluruh unsur-unsur dalam lingkungan di luar dirinya termasuk kata-kata yang ia pilih untuk berbicara, isyarat fisik peserta komunikasi, kegaduhan disekitarnya, penataan ruang, cahaya dan suhu ruangan. Kemudian ada lingkungan lain yang lebih besar skupnya termasuk tempat kerja kita, rumah kita, sekolah kita, 13 masyarakat kota dimana kita tinggal. Elemen – elemen ini menjadi stimuli bagi kita dalam berkomunikasi.

PRINSIP KOMUNIKASI

8. Semakin Mirip Latar Belakang Sosial Budaya Semakin Efektif Komunikasi akan menemukan bentuknya secara lebih baik apabila menggunakan komponen – komponen budaya. Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang terlibat komunikasi).
9. Komunikasi Bersifat Non Sekuensial (Tidak Berurutan) Unsur-unsur proses komunikasi tidak terpola secara kaku. Pada dasarnya unsur-unsur komunikasi tidak berada dalam suatu tatanan yang bersifat linear, sirkuler, helikal atau tatanan lainnya.
10. Komunikasi Bersifat Prosesual, Dinamis Dan Transaksional Suatu proses adalah sesuatu yang tidak diketahui awalnya namun diketahui akhirnya, melainkan proses yang sinambung. Oleh sebab itu sebagai proses, maka

PRINSIP KOMUNIKASI

komunikai tidak mempunyai awal dan tidak mempunyai akhir. Ini artinya dalam komunikasi kita tidak dapat mengukur terjadinya komunikasi berdasarkan apa yang terjadi diantara dua waktu awal dan akhir kegiatan.

11. Komunikasi Bersifat Irreversibel Suatu perilaku adalah suatu peristiwa, suatu peristiwa adalah sesuatu yang telah terjadi. Oleh karena merupakan suatu peristiwa, perilaku hanya berlangsung dalam waktu dan tidak dapat “diambil kembali”.
12. Komunikasi Bukan Panasea Untuk Menyelesaikan Berbagai Masalah Banyak persoalan dan konflik antar manusia disebabkan oleh masalah komunikasi. Namun komunikasi bukanlah obat mujarab untuk menyelesaikan persoalan atau konflik itu, karena mungkin sekali bahwa persoalan itu berkaitan masalah struktural atau aturan.

PRINSIP KOMUNIKASI

➤ ***The Principles of Communication Joseph A. DeVito :***

1. *Communication is a;*
2. *Communication is transactional;*
3. *Communication is a process of adjustment;*
4. *Communication involves content and relationship dimensions;*
5. *Communication is ambiguous;*
6. *Communication involves symmetrical and complementary transactions;*
7. *Communication is inevitable, irreversible, and unrepeatable.*

KONTEKS KOMUNIKASI



KONTEKS KOMUNIKASI

- Dalam komunikasi di dalamnya terdapat beberapa konteks komunikasi antara lain:
 1. Komunikasi intrapersonal, yaitu komunikasi yang dilakukan dengan diri sendiri atau komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang yang baik disadari maupun tidak disadari.
 2. Komunikasi antarpribadi (interpersonal), yaitu komunikasi antara dua orang atau lebih secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal.

KONTEKS KOMUNIKASI

3. Komunikasi kelompok merupakan sekumpulan individu yang memiliki tujuan bersama dan berkomunikasi satu sama lain untuk meraih tujuan bersama, antar individu dapat mengenali antara satu dengan yang lainnya dan mengakui mereka adalah bagian dari kelompok itu.
4. Komunikasi publik merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan antara seorang pembicara kepada lingkup besar khalayak yang mana tidak saling mengenal.
5. Komunikasi organisasi merupakan sebuah komunikasi yang berlangsung didalam suatu organisasi, yang bersifat informal juga terjadi didalam jaringan yang lebih besar dibandingkan dengan komunikasi kelompok.

KONTEKS KOMUNIKASI

6. Komunikasi Massa merupakan sebuah komunikasi yang melalui media massa, baik media cetak maupun media elektronik, yang diorganisir oleh suatu lembaga atau orang yang di lembagakan dan dimaksudkan kepada khalayak yang tersebar dibanyak-banyak tempat.

KONTEKS KOMUNIKASI

- Komunikasi berlangsung dalam konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks yang dimaksud berarti semua faktor di luar orang – orang yang berkomunikasi.
- Verderber (2007) menjelaskan konteks komunikasi terdiri dari:
 - Konteks Fisik,
 - Konteks Sosial,
 - Konteks Historis,
 - Konteks Psikologis,
 - Konteks Kultural.

DAFTAR PUSTAKA

- De Vito, Joseph A. 2015. *Human Communication the Basic Course, ed. 13*. Boston: Pearson Int.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi suatu Pengantar*. Bandung: Rosda.

Thank You