



4

UNSUR-UNSUR KOMUNIKASI

- **SUMBER**
- **KOMUNIKATOR**
- **PESAN**
- **CHANNEL / SALURAN**
- **KOMUNIKASI**
- **EFEK**
- **FAKTOR - FAKTOR YANG DIPERHATIKAN DALAM PROSES KOMUNIKASI**

Komunikasi sebagaimana telah disinggung pada bab terdahulu mempunyai unsur-unsur antara lain :

A. SUMBER

Sumber adalah dasar yang digunakan dalam penyampaian pesan dan digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri. Sumber dapat berupa orang, lembaga, buku, dokumen dan sejenisnya.

B. KOMUNIKATOR

Dalam komunikasi, setiap orang atau kelompok dapat menyampaikan pesan-pesan komunikasi itu sebagai suatu proses dimana komunikator dapat menjadi komunikan, sebaliknya komunikan dapat menjadi komunikator.

1. Penampilan

Khusus dalam komunikasi tatap muka atau yang menggunakan media pandang dengan audio visual, seorang komunikator harus menyesuaikan diri dengan lingkungan dan komunikan. Penampilan ini sesuai dengan tata krama dengan memperhatikan keadaan, waktu dan tempat.

2. Penguasaan masalah

Seseorang yang tampil atau ditampilkan sebagai komunikator haruslah betul-betul menguasai masalahnya. Apabila tidak, maka setelah proses komunikasi berlangsung akan menimbulkan ketidakpercayaan terhadap komunikator dan akhirnya terhadap pesan itu sendiri yang akan menghambat terhadap efektivitas komunikasi. Dalam suatu proses komunikasi timbal balik, yang lebih menguasai masalah akan cenderung memenangkan tujuan komunikasi.

3. Penguasaan bahasa

Komunikator harus menguasai bahasa dengan baik. Bahasa ini adalah bahasa yang digunakan dan dapat dipahami oleh komunikan, komunikator mutlak menguasai istilah-istilah umum yang digunakan oleh lingkungan tertentu atau khusus. Penguasaan bahasa akan sangat membantu menjelaskan pesan-pesan apa yang ingin kita sampaikan kepada audi-

ence itu. Tanpa penguasaan bahasa secara baik dapat menimbulkan kesalahan penafsiran ataupun menimbulkan ketidakpercayaan terhadap komunikator. Pergunakanlah bahasa yang baik dan benar.

Keefektifan komunikasi tidak saja ditentukan oleh kemampuan berkomunikasi tetapi juga oleh diri si komunikator. Fungsi komunikator adalah pengutaraan pikiran dan perasaannya dalam bentuk pesan untuk membuat komunikan menjadi tahu atau berubah sikap, pendapat atau perilakunya. Komunikan yang dijadikan sasaran akan mengkaji siapa komunikator yang menyampaikan informasi itu. Jika ternyata informasi yang diutarakannya itu tidak sesuai dengan diri komunikator, betapapun tingginya teknik komunikasi yang dilakukan hasilnya tidak akan sesuai dengan yang diharapkan.

1. Etos Komunikator

Keefektifan komunikasi ditentukan oleh etos komunikator. Etos adalah nilai diri seorang yang merupakan paduan dari kognisi, afeksi, dan konasi. Kognisi adalah proses memahami yang bersangkutan dengan pikiran, afeksi adalah perasaan yang ditimbulkan oleh perangsang dari luar, dan konasi adalah aspek psikologis yang berkaitan dengan upaya atau perjuangan.

Ciri efektif - tidaknya komunikasi ditunjukkan oleh dampak kognitif, dampak afektif dan dampak behavioral yang timbul pada komunikan.

Jelas kiranya bahwa suatu informasi atau pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan akan komunikatif apabila terjadi proses psikologis yang sama antara insan-insan yang terlibat dalam proses tersebut. Dengan lain perkataan, informasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan itu sama. Situasi komunikatif seperti itu akan terjadi bila terjadi etos pada diri komunikator.

Etos tidak timbul pada seseorang dengan begitu saja, tetapi ada faktor-faktor tertentu yang mendukungnya. Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut :

a. Kesiapan

Seorang komunikator yang tampil dimimbar harus menunjukkan kepada khalayak, bahwa ia muncul di depan forum dengan persiapan yang matang. Kesiapan ini akan tampak pada gaya komunikasinya yang meyakinkan. Tampak oleh komunikan penguasaan komunikator mengenai materi yang dibahas. Pidato dengan persiapan yang matang kecil kemungkinan akan gagal.

b. Kesungguhan

Seorang komunikator yang berbicara dan membahas suatu topik dengan menunjukkan kesungguhan akan menimbulkan kepercayaan pihak komunikan kepadanya.

c. Ketulusan

Seorang komunikator harus membawakan kesan kepada khalayak, bahwa ia berhati tulus dalam niat dan perbuatannya. Ia harus hati-hati untuk menghindari kata-kata yang mengarah kepada kecurigaan terhadap ketidaktulusan komunikator. Cara yang terbaik bagi seorang komunikator ialah menumbuhkan faktor pendukung etos tersebut dengan kemampuan memproyeksikan kualitas ini kepada khalayak.

d. Kepercayaan

Seorang komunikator harus senantiasa memancarkan kepastian. Ini harus selalu muncul dengan penguasaan diri dan situasi secara sempurna. Ia harus selamanya siap menghadapi segala situasi.

e. Ketenangan

Khalayak cenderung akan menaruh kepercayaan kepada komunikator yang tenang dalam penampilan dan tenang dalam mengutarakan kata-kata. Ketenangan itu perlu dipelihara dan selalu ditunjukkan pada setiap peristiwa komunikasi menghadapi khalayak. Ketenangan yang ditunjukkan seorang komunikator akan menimbulkan kesan pada komunikan bahwa komunikator merupakan orang yang sudah berpengalaman dalam menghadapi khalayak dan menguasai persoalan yang akan dibicarakan. Lebih-lebih apabila ketenangan itu diperlihatkan di saat komunikator menghadapi pertanyaan yang sulit atau mendapat serangan yang gencar dari komunikan, seolah-olah pertanyaan atau serangan itu sudah biasa baginya. Dan memang, jika komunikator bersikap tenang ia akan dapat melakukan *ideasi*, yaitu pengorganisasian pikiran perasaan dan hasil pengindraannya secara terpadu sehingga yang terlontar adalah jawaban yang argumentatif.

f. Keramahan

Keramahan komunikator akan menimbulkan rasa simpatik komunikan kepadanya. Keramahan tidak berarti kelemahan, tetapi pengekspresian sikap etis. Lebih-lebih jika komunikator muncul dalam forum dalam mengandung perdebatan. Ada kalanya dalam suatu forum timbul tanggapan salah seorang di antara yang hadir berupa kritik pedas. Dalam situasi seperti ini, sikap hormat komunikator dalam memberikan jawaban akan meluluhkan sikap emosional si pengeritik dan akan menimbulkan rasa simpati kepada komunikator. Jadi keramahan tidak saja ditunjukkan dengan ekspresi wajah, tetapi juga dengan gaya dan cara pengutarakan paduan pikiran dan perasaannya.

g. Kesederhanaan

Kesederhanaan tidak hanya menyangkut hal-hal yang bersifat fisik, tetapi juga dalam hal penggunaan bahasa sebagai alat untuk menyalurkan pikiran dan perasaan dan dalam gaya mengkomunikasikannya. Kesederhanaan seringkali menunjukkan keaslian dan kemurnian sikap. Dalam kehidupan sehari-hari sering kita jumpai komunikator yang meniru gaya orang lain. Peniruan seperti itu justru akan mengurangi penilaian positif dari pihak komunikan.

2. *Sikap komunikator*

Sikap (attitude) adalah suatu kesiapan kegiatan, suatu kecenderungan pada diri seseorang untuk melakukan suatu kegiatan menuju atau menjauhi nilai-nilai sosial. Dalam hubungan dengan kegiatan komunikasi yang melibatkan manusia-manusia sebagai sasarannya, pada diri komunikator terdapat lima jenis sikap, yaitu :

a. Reseptif (*receptive*)

Sikap reseptif berarti kesediaan untuk menerima gagasan dari orang lain, dari staf pimpinan, karyawan, teman, dan lain-lain. Bagi komunikator tidak akan ada ruginya untuk menerima gagasan dari orang lain, sebab tidak jarang sebuah gagasan yang semula dinilai buruk dapat dikembangkan sehingga menjadi suatu gagasan yang bermanfaat.

b. Selektif (*selective*)

Seperti halnya dengan faktor reseptif, faktor selektif pun penting bagi

komunikator dalam peranannya selaku komunikan, sebagai persiapan untuk menjadi komunikator yang baik. Jadi untuk menjadi komunikator yang baik ia harus menjadi komunikan yang terampil. Tetapi dalam menerima pesan dari orang lain dalam bentuk gagasan atau informasi, ia harus selektif dalam rangka pembinaan profesinya untuk diabdikan kepada masyarakat.

c. Dijestif (*digestive*)

Yang dimaksudkan dengan dijestif di sini adalah kemampuan komunikator dalam merencanakan gagasan atau informasi dari orang lain sebagai bahan bagi pesan yang akan ia komunikasikan. Ia mampu melihat intinya yang hakiki seraya dapat melakukan prediksi akibat dari pengaruh gagasan atau informasi tadi.

d. Asimilatif (*assimilative*)

Asimilatif berarti kemampuan komunikator dalam mengorelasikan gagasan atau informasi yang ia terima dari orang lain secara sistematis dengan apa yang telah ia miliki dalam benaknya yang merupakan hasil pendidikan dan pengalamannya. Formulasi dari perpaduan kedua aspek tersebut dikembangkan sehingga menjadi konsep, suatu bahan untuk dikomunikasikan.

e. Transmisif (*transmissive*)

Transmisif mengandung makna kemampuan komunikator dalam mentransmisikan konsep yang telah ia formulasikan secara kognitif, afektif, dan konatif kepada orang lain. Dengan lain perkataan, ia mampu memilih kata-kata yang fungsional, mampu menyusun kalimat secara logis, mampu memilih waktu yang tepat, sehingga komunikasi yang ia lancarkan menimbulkan dampak yang ia harapkan.

Demikian lima faktor yang merupakan unsur penting bagi sikap seseorang dalam rangka pembinaan dirinya sebagai komunikator. Dari paparan tersebut, jelas bahwa untuk menjadi komunikator yang baik harus menjadi komunikan yang baik.

C. PESAN

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan ini mempunyai inti pesan yang sebenarnya menjadi pengaruh di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat secara panjang lebar mengupas berbagai segi, namun inti pesan dari komunikasi akan selalu mengarah kepada tujuan akhir komunikasi itu.

1. *Penyampaian pesan*

Melalui lisan, face to face, langsung menggunakan media, saluran dan sebagainya.

2. *Bentuk pesan : informatif, persuasif, koersif*

- **Informatif**

Bersifat memberikan keterangan-keterangan / fakta-fakta, kemudian komunikan mengambil keputusan. Dalam situasi tertentu pesan informatif justru lebih berhasil daripada persuasif, misalnya jika audience adalah kalangan cendekiawan.

- **Persuasif**

Berisikan bujukan, yaitu membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan perubahan sikap, tetapi berubahnya adalah atas kehendak sendiri (bukan dipaksakan). Perubahan tersebut diterima atas kesadaran sendiri.

- **Koersif**

Penyampaian pesan yang bersifat memaksa dan dengan menggunakan sanksi-sanksi apabila tidak dilaksanakan.

Pesan yang disampaikan harus tepat, pesan yang mengena harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

1. Umum

Berisikan hal-hal yang umum dipahami oleh audience atau komunikasi, bukan soal-soal yang cuma berarti atau dipahami oleh seseorang atau kelompok tertentu.

2. Jelas dan gamblang

Pesan haruslah jelas dan gamblang, tidak samar-samar. Jika mengambil perumpamaan hendaklah perumpamaan yang nyata mungkin. Untuk tidak ditafsirkan menyimpang dari yang kita maksudkan, maka pesan tersebut benar-benar jelas.

3. Bahasa yang jelas

Sejauh mungkin hindarilah menggunakan istilah-istilah yang tidak dipahami oleh audience atau khalayak. Penggunaan bahasa yang jelas yang cocok dengan komunikasi situasi daerah dan kondisi di mana berkomunikasi. Hati-hati pula dengan penggunaan istilah atau kata-kata yang berasal dari bahasa daerah yang dapat ditafsirkan lain. Istilah satu daerah berbeda dengan istilah daerah lainnya. Begitu pula agar sejauh mungkin dihindarkan istilah asing. Berbahasalah yang baik dan benar.

4. Positif

Secara kodrati manusia selalu tidak ingin mendengar dan melihat hal-hal yang tidak menyenangkan dirinya. Oleh karena itu setiap pesan agar diusahakan atau diutarakan dalam bentuk positif. Kemukakanlah untuk lebih mendapatkan simpati dan menarik.

5. Seimbang

Pesan yang disampaikan hendaklah tidak ekstrim dan selalu menentang baik dan buruk karena hal ini cenderung ditolak atau tidak diterima oleh komunikasi. Sebab itu jika kita berbicara seolah-olah kelompok satu paling benar, paling sempurna dan paling bersih sedangkan kelompok lain sebaliknya, pesan ini berkecenderungan untuk tidak diterima oleh komunikasi. Sebaiknya pesan ini dirumuskan seimbang, yaitu dengan tidak mengesampingkan kelemahan yang ada, disamping menonjolkan keberhasilan yang telah dicapai.

6. Penyesuaian dengan keinginan komunikasi

Orang-orang yang menjadi sasaran atau komunikasi dari komunikasi yang kita lancarkan selalu mempunyai keinginan atau kepentingan tertentu. Dalam hal ini komunikator dapat menyesuaikan dengan keadaan waktu dan tempat.

Hambatan-hambatan terhadap pesan acapkali kita alami dalam komunikasi, lain yang dituju tapi lain yang diperoleh. Dengan perkataan lain apa yang diharapkan tidak sesuai dengan kenyataan. Hal ini disebabkan adanya hambatan-hambatan terutama adalah:

1. Hambatan bahasa (*language factor*)

Pesan akan disalahartikan sehingga tidak mencapai apa yang diinginkan, apabila bahasa yang digunakan tidak dipahami oleh komunikan. Termasuk dalam pengertian ini penggunaan istilah-istilah yang mungkin dapat diartikan berbeda atau tidak mengerti sama sekali. Demikian juga jika kita menggunakan istilah-istilah yang ilmiah tapi belum merata atau baku, seperti : dampak, kendala, canggih, rekayasa dan sebagainya, namun dalam komunikasi hal-hal seperti ini sering dilontarkan dengan tujuan lain atau sekedar penonjolan diri dan pengalihan perhatian.

2. Hambatan teknis (*noise factor*)

Pesan dapat tidak utuh diterima komunikan karena gangguan teknis. Misalnya suara tidak sampai karena pengeras suara rusak, bunyi-bunyian, halilintar, lingkungan yang gaduh dan lain-lain. Gangguan teknis ini lebih sering dijumpai pada komunikasi yang menggunakan medium misalnya dalam rapat umum, dan sebagainya.

D. CHANNEL / SALURAN

Chanel adalah saluran penyampaian pesan, biasa juga disebut dengan media. Media komunikasi dapat dikategorikan dalam dua bagian, yaitu media umum dan media massa. Media umum adalah media yang dapat digunakan oleh segala bentuk komunikasi, contohnya radio dan sebagainya. Media massa adalah media yang digunakan untuk komunikasi massa. Disebut demikian karena sifatnya yang massal, misalnya televisi dan sebagainya.

E. KOMUNIKASI

Komunikasi dapat kita golongan dalam tiga jenis, yaitu personal, kelompok, dan massa. Dari segi sasarannya maka komunikasi ditujukan atau diarahkan kedalam komunikasi personal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa.

1. Komunikasi personal

Komunikasi yang ditujukan kepada sasaran yang tunggal. Bentuknya bisa tukar pikiran dan sebagainya. Komunikasi personal efektivitasnya paling tinggi karena komunikasinya timbal balik dan terkonsentrasi.

2. Komunikasi kelompok

Komunikasi yang ditujukan kepada kelompok tertentu. Kelompok tertentu satu adalah suatu kumpulan manusia yang mempunyai hubungan sosial yang nyata dan memperlihatkan struktur yang nyata pula. Bentuk-bentuk komunikasi kelompok adalah : ceramah, briefing, dan lain-lain. Komunikasi kelompok lebih efektif dalam pembentukan sikap personal daripada komunikasi massa namun kurang efisien, sebaliknya kurang efektif dibanding dengan komunikasi personal tapi lebih efisien.

3. Komunikasi massa

Komunikasi yang ditujukan kepada massa atau komunikasi yang menggunakan media massa. Massa adalah kumpulan orang-orang yang hubungan antar sosialnya tidak jelas dan tidak mempunyai struktur tertentu. Komunikasi massa sangat efisien karena dapat menjangkau daerah yang luas dan audience yang praktis tak terbatas, namun komunikasi massa kurang efektif dalam pembentukan sifat persona karena komunikasi massa tidak kemudian dapat langsung diterima oleh massa, tetapi melalui opinion leader ialah yang kemudian menterjemahkan apa yang disampaikan dalam komunikasi massa itu kepada komunikan.

Pada dasarnya komunikasi dicirikan oleh sejumlah atribut tertentu. Pemahaman atas atribut-atribut itu besar artinya bagi peningkatan pengertian kita mengenai komunikasi dan prosesnya. Atribut-atribut dan efektivitas komunikasi itu antara lain :

1. Terjadinya komunikasi tidak dapat dihindari

Hampir tidak ada atau hanya sedikit saja orang yang menghindarkan diri dari aktivitas bermasyarakat. Orang selalu berusaha mencari interaksi sosial. Apabila saat interaksi terjadi, komunikasi tidak dapat dihindari akan menimbulkan kontak sosial, jika terjadi kontak sosial tidak ada hubungannya dengan perilaku. Semua perilaku memiliki potensi sebagai pesan, yaitu bahwa perilaku memiliki potensi yang dapat melekatkan arti kepada persepsi orang lain. Jika perilaku dapat berkomunikasi dan orang

tidak dapat menghindar untuk tidak berperilaku maka orangpun mungkin tidak berkomunikasi. Sudah barang tentu tidak semua perilaku benar-benar komunikatif, dimana orang-orang harus benar - benar melakukan dengan sengaja. Hal ini dapat terjadi jika pengirim atau sumber tidak dapat mengontrol perilaku dengan mana penerima akan mengkaitkan arti tertentu. Begitu pula halnya ada bentuk komunikasi yang tidak konstruktif. Berhubung setiap perilaku memiliki potensi untuk mengkomunikasi sesuatu, maka penentuan apakah perilaku atau komunikatif atau tidak semata-mata tergantung kepada penerimanya.

2. Komunikasi merupakan konsep transaksional

Konsep komunikasi sebagai proses merujuk pada interaksi tak terputus dari sejumlah variabel yang tidak terhitung banyaknya dengan perubahan terus menerus dalam nilai-nilai yang diambil dari variabel-variabel itu.

Jika seseorang berusaha menguji salah satu unsur komunikasi (pesan) maka pengisolasian itu akan merusak hakikat keberlangsungan proses dan batas-batas informasi yang tersedia mengenai unsur itu (pesan) karena keluar dari hakekatnya (mengubah lingkungan). Komunikasi didirikan oleh interaksi aktif terus menerus.

3. Komunikasi telah terjadi apabila penerima pesan atau informasi telah terpengaruh

Komunikasi telah terjadi apabila penerima pesan atau informasi terpengaruh olehnya, si penerima mengaitkan arti tertentu kepada perilaku.

Komunikasi telah terjadi apakah seseorang bermaksud berkomunikasi atau tidak, jika ini penerima pesan mengaitkan arti perilaku ke dalam persepsinya. Penerima tidak hanya bereaksi terhadap perilaku dalam wilayah persepsinya, ia juga menggerakkan pribadinya secara menyeluruh dalam proses interpretasi. Dalam melakukan itu arti tersebut mengaitkan pada sebuah persepsi.

4. Komunikasi tidak dapat berdiri sendiri di luar konteks

Komunikasi tidak dapat berdiri sendiri di luar konteks. Apabila dikaitkan dengan persuasi, kita dapat menyatakan bahwa faktor-faktor konteks dan bukan pesan seringkali menjadi determinan bagi adanya tanggapan. Persoalan apa yang terjadi jika konteksnya diubah. Konteks mempengaruhi komunikasi. Konteks tidak hanya mungkin mengubah proses komunikasi

tetapi juga seringkali dapat bercerita banyak mengenai perilaku yang diamati.

F. EFEK

Efek adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yaitu sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan. Apabila sikap dan tingkah laku orang lain itu sesuai maka itu berarti komunikasi berhasil, demikian pula sebaliknya. Efek ini sesungguhnya dapat dilihat dari personal opinion, publik opinion, dan majority opinion.

1. Personal opinion

Pendapat pribadi, hal ini dapat merupakan akibat atau hasil yang diperoleh dari komunikasi. Personal opinion adalah sikap dan pendapat seseorang terhadap sesuatu masalah tertentu.

2. Public opinion

Sering kita artikan sebagai pendapat umum. Pengertiannya adalah penilaian sosial mengenai sesuatu hal yang penting dan berarti atas dasar pertukaran pikiran yang dilakukan individu secara sadar dan rasional.

3. Majority opinion

Pendapat sebagian terbesar dari publik atau masyarakat. jika kita berbicara tentang opini atau pendapat maka kita sering mendengar opinion leader. Opinion leader ialah orang yang secara informal membimbing dan mengarahkan suatu opini tertentu kepada masyarakat. Opinion leader adalah merupakan tempat bertanya.

G. FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERHATIKAN DALAM PROSES KOMUNIKASI

1. Empat tahap proses komunikasi

Menurut *Cutlip dan Center* komunikasi yang efektif harus dilaksanakan dengan melalui empat tahap, yaitu : Pengumpulan Fakta (*fact finding*), Perencanaan, Komunikasi, dan Evaluasi.

a. Pengumpulan Fakta

Mengumpulkan data dan fakta sebelum seseorang melakukan kegiatan komunikasi. Untuk berbicara di depan rapat umum perusahaan, pimpinan perlu mencari fakta dan data tentang bisnis perusahaan tersebut, tujuannya dan sebagainya.

b. Perencanaan

Berdasarkan fakta dan data itu dibuatkan rencana tentang apa yang akan dikemukakan dan bagaimana mengemukakannya.

c. Komunikasi

Setelah planning disusun maka tahap selanjutnya adalah communication atau berkomunikasi.

d. Evaluasi

Penilaian dan analisa diperlukan untuk setiap kali melihat bagaimana hasil komunikasi tersebut. Ini kemudian menjadi bahan bagi perencanaan selanjutnya untuk melakukan komunikasi berikutnya.

2. *Prosedur mencapai effect yang dikehendaki*

Wilbur Schraam mengatakan : untuk mendapatkan effect yang baik dari komunikasi maka prosedur yang ditempuh adalah apa yang disebut sebagai “ A-A Procedure “ yaitu proses dari Attention (perhatian) ke Action (tindakan).

Lebih jelasnya proses tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

- Attention (perhatian)
- Interest (kepentingan)
- Desire (keinginan)
- Decision (keputusan)
- Action (tindakan)

Dalam praktek, jika kita berbicara di depan umum, pertama harus dibangkitkan dulu perhatian dari massa dengan berbagai cara untuk menarik perhatian. Kemudian timbulkan kepentingan apa yang disampaikan cocok

dengan apa yang dibutuhkan oleh umum. Tahap berikutnya kembangkan keinginan-keinginan untuk menerima komunikasi sebab apa yang kita sampaikan menjawab kebutuhan masyarakat. Kembangkan terus sehingga kemudian timbul keputusan untuk melakukan pesan yang kita inginkan. Proses terakhir diharapkan menimbulkan tindakan.