

Konsep-Konsep Dasar Sosiologi Komunikasi

Editor: Sumartono

Pengantar.

Salam.

Sebelum mempelajari mata kuliah sosiologi komunikasi yang akan kita pelajari selama satu semester ini kita harus mengetahui, memahami apa, dan bagaimana sosiologi komunikasi itu.

Sosiologi komunikasi atau (nama)lengkapannya adalah sosiologi komunikasi massa, terdiri dari dua konsep (ilmu/pengetahuan) utama, yaitu: sosiologi dan komunikasi (massa). Oleh karena itu, sebelum kita mempelajari lebih jauh mengenai sosiologi komunikasi kita terlebih dahulu akan membahas kedua konsep utama tersebut yaitu sosiologi dan Komunikasi

Komunikasi

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa tidak berkomunikasi. Komunikasi adalah hal terbesar yang dilakukan manusia dalam kehidupannya. Baik komunikasi dengan diri sendiri hingga komunikasi melalui media. Terlebih di zaman sekarang, dimana teknologi komunikasi berkembang dengan pesatnya.

Komunikasi menjadi tanpa batas, tanpa sekat, dan semua orang bisa terlibat di dalamnya. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi memang sangat penting dalam kehidupan manusia dalam rangka menumbuhkembangkan kepribadian manusia itu sendiri.

Lalu, apakah komunikasi itu? Komunikasi merujuk pada terjadinya suatu proses yang dilakukan oleh manusia dalam rangka memberikan respon terhadap perilaku ataupun perlambang yang dilakukan oleh manusia lainnya. Komunikasi yang dilakukan bertujuan agar terjadi pengertian bersama. Hal ini sesuai dengan asal kata komunikasi itu sendiri yaitu "*communication*" atau "*communis*" yang berarti sama, yaitu sama dalam hal makna.

Pengertian Komunikasi Menurut Para Ahli

Komunikasi begitu vital dalam kehidupan manusia. Untuk itu, cendekiawan ataupun para ahli dari berbagai latar belakang keilmuan tertarik untuk melakukan penelitian mengenai komunikasi. Sebagian besar para ahli yang meneliti komunikasi merupakan sarjana psikologi, sosiologi serta filsafat. Dari berbagai penelitian yang telah mereka lakukan, lahirlah berbagai macam pengertian komunikasi seperti yang kita kenal sekarang ini.

Berikut adalah beberapa pengertian komunikasi dari para ahli (Rakhmat, 2001 : 3 – 10) :

1. **Hovland, Janis dan Kelly (1953):** *“Communication is the process by which an individual (the communicator) transmit stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience)”*. Disini dimaksudkan bahwa komunikasi sejatinya adalah proses seseorang yang bertindak sebagai komunikator mengirimkan stimuli atau respon berupa verbal untuk mempengaruhi kepribadian atau sikap seseorang yang bertindak sebagai komunikan.
2. **Dance (1970):** Komunikasi adalah usaha menimbulkan respons melalui lambing-lambang verbal.
3. **Raymond S. Ross (1974):** *“Communication is a transactional process involving cognitive sorting, selecting, and sharing of symbol in such a way to help another elicit from his own experiences a meaning or responses similar to that intended by the source”*. Raymond beranggapan bahwa komunikasi sebuah proses transaksional yang mencakup kegiatan menyeleksi, memilih, dan membagikan makna. Makna – makna tersebut bisa berasal dari pengalaman sendiri, ataupun beberapa sumber lain.
4. **Colin Cherry (1964):** Komunikasi adalah usaha untuk membuat satuan sosial dari individu dengan menggunakan bahasa atau tanda. Dan juga memiliki serangkaian peraturan untuk berbagai kegiatan mencapai tujuan.
5. **Harnack dan Fest (1964):** Komunikasi adalah suatu proses interaksi diantara orang-orang untuk tujuan integrasi intrapersonal dan interpersonal.
6. **Edwin Neuman (1948):** Komunikasi adalah proses untuk mengubah kelompok manusia menjadi kelompok yang berfungsi.

7. **Joseph A. Devito:** Komunikasi seperti disadur dalam Efendi (1984:7), adalah sebuah tindakan oleh satu orang atau lebih yang mengirimkan dan menerima pesan dengan situasi tertentu. Lalu menghasilkan dampak dan kesempatan untuk menerima pesan. Tindakan komunikasi mencakup beberapa komponen yaitu, situasi, pengirim, penerima, media, hambatan, penerimaan, pemahaman, respon, dan efek.

Dari berbagai pengertian komunikasi yang dinyatakan oleh para ahli di atas, pengertian dari Joseph A. Devito adalah yang paling lengkap dan luas.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari satu pihak (individu atau kelompok) kepada pihak lain (individu atau kelompok), melalui saluran tertentu ataupun tidak sehingga menimbulkan pengertian bersama untuk mencapai tujuan tertentu.

Sejarah Ilmu Komunikasi

Komunikasi sebagai sebuah ilmu telah dikaji jauh sebelumnya dengan nama Publistik atau Jurnalistik. Para ahli komunikasi sepakat bahwa komunikasi digolongkan ke dalam ilmu sosial dan ilmu terapan. Menurut Effendi (1984 : 4), ilmu komunikasi bersifat lintas disiplin ilmu karena memiliki obyek material yang sama dengan ilmu-ilmu lainnya yaitu manusia.

1. Awal Kemunculan

Jurnalisme sendiri sebagai sebuah ilmu telah berkembang di Amerika Serikat pada sekitar abad-15 yang ditandai dengan diterbitkannya sebuah buku “The Social Order” yang ditulis oleh Robert Bierstedt. Bierstedt menyusun berbagai macam ilmu murni yang terkait dengan ilmu terapan. Dalam susunan tersebut, jurnalistik dimasukkan ke dalam ilmu terapan.

2. Kemunculan Sekolah Jurnalistik

Di tahun 1903, *Joseph Pulitzer* seorang tokoh pers, berharap adanya sekolah jurnalistik yang diperuntukkan bagi para wartawan agar dapat meningkatkan pengetahuan mereka tentang jurnalistik. Ide ini kemudian ditindaklanjuti oleh dua orang rektor dari dua universitas kenamaan di AS yaitu *Charles Elliot* (Harvard University) dan *Nicholas Murray* (Columbia University).

Karena, dalam perkembangannya, jurnalistik tidak hanya fokus pada surat kabar semata melainkan radio dan televisi termasuk juga didalamnya. Selain berita, radio dan televisi juga menyiarkan berbagai program siaran lain. Dari sinilah jurnalisme berkembang menjadi komunikasi massa.

Para ahli berpendapat bahwa istilah komunikasi massa dirasa lagi tidak tepat jika dilihat dari dampak yang ditimbulkan. Komunikasi massa bukanlah proses komunikasi yang holistik sehingga tidak dapat menjelaskan proses komunikasi yang begitu kompleks.

Hal ini dibuktikan dengan adanya berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh para ahli yang menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan sebagai dampak media massa berlangsung dalam dua tahap bukan satu tahap. Pengambilan keputusan ini sebagian besar dilakukan oleh komunikan melalui komunikasi antar persona dan komunikasi kelompok.

3. Lahirnya Komunikasi

Berdasarkan hasil penelitian itulah, ilmu komunikasi hadir guna mempelajari berbagai macam gejala sosial yang timbul sebagai akibat dari proses komunikasi massa, komunikasi antar personal dan komunikasi kelompok. Ilmu Komunikasi yang di AS disebut dengan *Communication Science* atau *Communicology* telah menjadi perhatian di AS sejak tahun 1940an bertepatan dengan dikemukakannya pengertian ilmu komunikasi oleh **Carl I. Hovland**.

Carl I. Hovland (1940), mengungkapkan bahwa studi ilmu komunikasi adalah suatu sistem yang mencoba merumuskan komunikasi dalam mode ketat terkait prinsip – prinsip informasi. Tujuan dari sistem tersebut adalah agar supaya informasi dapat ditransmisikan dengan bentuk bentuk yang teratur.

Kemudian, Keith Brooks dalam buku “*The Communicative Arts And Science of Speech*” (1967) mengatakan bahwa banyak sarjana komunikasi di berbagai disiplin ilmu telah berkontribusi untuk memberikan pemahaman terkait proses dasar komunikasi. Seperti jenis dan bentuk kegiatan komunikasi.

Studi ilmu komunikasi juga berkaitan dengan prinsip – prinsip komunikasi dari para sarjana ini. Dan juga, ini berkaitan erat dengan filosofis realitis komunikasi. Dimana terdapat program penelitian sistematis yang menguji keabsahan teori, melengkapi kesenjangan pengetahuan, dan menafsirkan, serta memvalidasi temuan dalam disiplin khusus. Ini menyediakan ruang yang luas tetapi tidak membatasi diri pada kepentingan akademik lain. (Efendi, 1984:6)

Hakikat Ilmu Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk membentuk kesamaan makna. Komunikasi dapat tumbuh dan berkembang karena disokong oleh berbagai disiplin ilmu seperti psikologi, sosiologi, politik, ekonomi, mekanika dan lain sebagainya.

Dengan demikian, definisi atau pengertian komunikasi yang dinyatakan oleh para ahli pun sangat beragam karena dilatarbelakangi oleh kelimuan yang dimiliki. Hampir tidak ada definisi atau pengertian komunikasi yang benar-benar pakem atau komprehensif. Keberagaman definisi atau pengertian komunikasi yang dinyatakan oleh para ahli tersebut menunjukkan bahwa komunikasi adalah konsep yang kaya makna.

Adapun makna komunikasi yang tercermin dari definisi atau pengertian komunikasi tersebut dapat dibedakan menjadi 4 bagian, yaitu :

Komunikasi adalah proses sosial yang fundamental. Oleh sebab itu, ketika kita mempelajari komunikasi sejatinya kita mencoba untuk meneliti lebih dalam mengenai sesuatu yang menjadi pondasi bagi semua hubungan antar manusia serta perubahan sosial (Kincaid dan Scramm dalam Suryana, 2004). Berbagai penelitian telah dilakukan oleh para ahli dengan fokus penelitian pada aktifitas manusia serta hubungan pesan dengan perilaku.

Karakteristik Komunikasi

Dari berbagai pengertian komunikasi yang telah disebutkan pada bagian sebelumnya, dapat ditarik benang merah berupa karakteristik yang melekat pada komunikasi itu sendiri. Secara garis besar, komunikasi memiliki tiga karakteristik utama, yaitu :

- **Komunikasi adalah manusia itu sendiri**

Istilah komunikasi yang digunakan selama ini merujuk pada komunikasi yang dilakukan oleh manusia. Dalam suatu proses komunikasi, yang menjadi komunikator (pengirim pesan) dan komunikan (penerima pesan) adalah manusia.

- **Komunikasi adalah sebuah proses**

Komunikasi merupakan proses yang berlangsung secara terus menerus dan berkesinambungan. Komunikasi merupakan proses transaksional yang terjadi antara komunikator (pengirim pesan) dan komunikan (penerima pesan). Kualitas proses komunikasi tergantung pada partisipan yang terlibat di dalamnya termasuk saluran yang digunakan.

- **Komunikasi bersifat simbolis**

Lambang biasa digunakan untuk mempresentasikan sesuatu, berbagai proses, berbagai ide, atau pun berbagai kejadian yang dapat membuat komunikasi menjadi mungkin. Lambang yang diolah menjadi informasi adalah yang dikirimkan dalam suatu proses komunikasi. Berhasil tidaknya informasi yang disampaikan tergantung pada komunikator (pengirim pesan) dan komunikan (penerima pesan).

Fungsi Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator yang bertujuan untuk mengubah pengetahuan, sikap, opini, keterampilan dan perilaku komunikan. Komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila dampak yang terjadi pada komunikan sesuai dengan tujuan komunikasi yang diinginkan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa komunikasi memiliki fungsi-fungsi yang berguna untuk menunjang tujuan komunikasi.

Secara umum, komunikasi memiliki beberapa fungsi, diantaranya adalah :

1. **Menyiarkan informasi:** Komunikasi berfungsi untuk menyiarkan informasi yang dibutuhkan oleh komunikan dengan harapan komunikan dapat mengambil keputusan yang tepat setelah menerima informasi yang disampaikan.
2. **Mendidik:** Komunikasi berfungsi mendidik apabila pesan yang diterima oleh komunikan berdampak pada peningkatan pengetahuan komunikan.
3. **Menghibur:** Komunikasi berfungsi menghibur manakala pesan yang disampaikan kepada komunikan ditujukan untuk rekreasi atau kesenangan bagi komunikan.
4. **Mempengaruhi:** Komunikasi berfungsi mempengaruhi komunikan manakala pesan yang disampaikan kepada komunikan memberikan efek yang diharapkan.

Proses Komunikasi

Ketika mendefinisikan komunikasi, perlu dipahami bahwa pengertian terminologi komunikasi tidaklah seragam dan berbeda-beda satu dengan yang lainnya. Perbedaan tersebut tergantung pada konteksnya.

Untuk memahami komunikasi sebagai suatu proses, kita harus menyadari bahwa komunikasi terdiri dari berbagai mekanisme ataupun fenomena yang dibentuk dari berbagai elemen yang saling terhubung satu dengan yang lainnya. Dimana kemudian, masing-masing elemen memberikan semacam *output*. Elemen-elemen inilah yang secara bersama-sama membentuk suatu proses.

Secara sederhana, dalam suatu proses komunikasi terdapat 3 (tiga) elemen yaitu komunikator, pesan, dan komunikan. Namun dalam suatu proses komunikasi yang lebih luas, terdapat 6 (enam) elemen proses komunikasi. Elemen-elemen proses komunikasi tersebut adalah :

1. Sumber (*Source*)

Adalah dasar yang nantinya dipakai dalam proses penyampaian pesan. Yang dapat dijadikan sumber adalah orang, organisasi, atau bahan literatur dan lain sebagainya. Kredibilitas sumber benar-benar harus diperhatikan agar pesan yang disampaikan nantinya juga memiliki validitas.

2. Komunikator (*Communicator*)

Adalah individu atau kelompok yang mengirim pesan. Komunikatorlah yang memulai terjadinya proses komunikasi. Kredibilitas komunikator juga perlu diperhatikan. Karena “siapa” lebih penting dari “apa” yang disampaikan. Misalnya, ketika akan berbicara mengenai penyakit mata maka dokter mata adalah pihak yang kredibel untuk menjelaskan mengenai penyakit mata. Intinya, komunikator disesuaikan dengan isi pesan.

3. Pesan (*Message*)

Pesan adalah elemen terpenting dalam suatu proses komunikasi. Pesan adalah informasi yang akan dikirim oleh komunikator kepada komunikan. Pesan yang disampaikan dapat dilakukan secara langsung (*face to face*) maupun melalui media atau saluran tertentu. Pesan yang disampaikan secara langsung dapat berupa pesan yang sifatnya informatif, persuasif atau koersif.

Disebut informatif apabila pesan tersebut menyajikan berbagai keterangan yang didukung dengan fakta dan data yang valid. Pesan yang sifatnya informatif cenderung lebih mudah diterima oleh komunikan yang intelektual. Sedangkan, suatu pesan disebut persusif manakala pesan tersebut berisi ajakan atau bujukan untuk membangkitkan kesadaran komunikan. Terakhir, suatu pesan disebut koersif seandainya pesan tersebut bersifat memaksa yang disertai dengan sanksi.

4. Saluran (*Channel*)

Channel atau saluran adalah “jalan” dimana pesan tersebut akan dikirimkan dan biasanya dikenal dengan sebutan media. Dalam komunikasi terdapat dua media komunikasi yang digunakan dalam proses komunikasi yaitu media umum (telepon, radio CB, OHP dan lain-lain) dan media massa (pers, radio, film, televisi)

5. Komunikan (*Receiver/Communicant/Communicatee*)

Receiver/communicant/communicatee atau komunikan adalah target penyampaian pesan. Terdapat 3 macam komunikan yaitu orang per orang, kelompok, dan massa. Hal-hal yang harus diperhatikan tentang komunikan dalam suatu proses penyampaian pesan adalah keanggotaan kelompok, proses seleksi, dan kecenderungan.

Komunikan terdiri dari orang per orang yang merupakan anggota dari kelompok tertentu yang terikat dengan segala macam pendirian yang dianut. Biasanya jika suatu pesan yang disampaikan berbenturan dengan pendirian yang dianut, maka akan terjadi penolakan. Orang cenderung untuk memilih sesuatu yang sesuai dengan pendirian yang dimiliki. Dengan demikian, pesan yang ingin disampaikan kepada komunikan hendaknya disesuaikan dengan situasi serta kondisi komunikan.

Hal lain yang perlu mendapat perhatian adalah kerangka pengetahuan (*frame of reference*) dan cakupan pengalaman (*field of experience*) yang dimiliki oleh komunikan. Pesan yang dikemas dan disampaikan kepada komunikan harus disesuaikan dengan kerangka pengetahuan serta cakupan pengalaman yang dimiliki oleh komunikan agar komunikasi yang dilancarkan menemui keberhasilan.

6. Efek (*Effect*)

Efek atau dampak komunikasi adalah dampak yang dihasilkan dari adanya proses komunikasi. Dampak ini bisa berupa terjadinya perubahan pengetahuan, sikap atau perilaku. Bila efek komunikasi sesuai dengan yang diharapkan maka komunikasi dapat dikatakan berhasil. Tetapi apabila tidak, maka komunikasi tersebut mengalami kegagalan.

Pada umumnya, untuk menggambarkan suatu proses komunikasi digunakan sebuah model komunikasi agar mudah dipahami.

Tingkatan Proses Komunikasi

Menurut *Dennis McQuail* dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa* (1987 : 6-7), tingkatan proses komunikasi merujuk pada tingkatan organisasi sosial dimana komunikasi tersebut terjadi. Setiap tingkatan meliputi berbagai permasalahan, serangkaian kenyataan dan teori masing-masing. Dalam masyarakat, terdapat enam tingkatan proses komunikasi, yaitu :

- **Intrapersonal**

Komunikasi intrapersonal atau intrapribadi atau *self communication* adalah proses pengolahan informasi yang meliputi sensasi, persepsi, memori dan berpikir. Dalam proses komunikasi intrapersonal, rangsangan yang berupa informasi diterima, diolah, disimpan, dan dihasilkan kembali. Proses pengolahan informasi ini dapat berdampak pada pengetahuan, pendapat maupun sikap.

- **Interpersonal**

Pada komunikasi interpersonal, fokus perhatian sebagian besar ditujukan pada bentuk wacana, pola interaksi, wujud afiliasi, pengendalian dan hierarki, penentuan norma-norma, penetapan batas, pengaruh dan difusi. proses informasi dan pada hubungan timbal balik dengan lingkungan.

- **Intragroup atau Dalam Kelompok**

Yang menjadi fokus perhatian komunikasi intragroup sama dengan komunikasi interpersonal yaitu pada bentuk wacana, pola interaksi, wujud afiliasi, pengendalian dan hierarki, penentuan norma-norma, penetapan batas, pengaruh dan difusi. proses informasi dan pada hubungan timbal balik dengan lingkungan.

- **Intergroup atau Antar Kelompok atau Asosiasi**

Pada komunikasi intergroup atau komunikasi antar kelompok, fokus perhatian dititikberakan pada keterlibatan secara sukarela, interaksi, kerjasama dan pembentukan norma-norma serta standar.

- **Organisasi atau Institusi**

Pada komunikasi organisasi fokus perhatian dititikberatkan pada usaha mengendalikan dan melakukan efisiensi transmisi. adalah komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi.

- **Komunikasi Massa**

Komunikasi massa merupakan salah satu proses komunikasi yang lebih luas. Komunikasi massa dapat diidentifikasi melalui karakteristik yang khas dari institusionalnya.

Etimologi Komunikasi

Person, et.al (2000 : 10) dalam buku *Human Communication*, menyatakan bahwa komunikasi berasal dari kata “*communicare*” yang memiliki arti “untuk membuat kesamaan” atau “untuk berbagi”. Dapat dikatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan maksud tercapainya kesamaan makna. Pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat berupa bahasa baik bahasa verbal maupun non verbal.

Komunikasi sebagai Ilmu Sosial

Komunikasi sebagai bidang studi ilmu sosial harus memenuhi beberapa kriteria tertentu. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Departemen Komunikasi Universitas Hawaii, kriteria yang dimaksud adalah berlandaskan teori, analisis kuantitatif atau empiris, dan memiliki tradisi yang diakui.

Pemahaman mengenai dasar komunikasi, teori komunikasi, struktur komunikasi serta perkembangan strategi komunikasi untuk tujuan sosial berikutnya sangat diperlukan guna membuktikan bahwa komunikasi adalah sebuah ilmu.

Ilmu komunikasi adalah ilmu sosial yang didalamnya mencakup komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi massa, komunikasi antar budaya, dan lain-lain.

Manfaat Mempelajari Komunikasi

Komunikasi memegang peranan yang sangat vital dalam kehidupan manusia. Karena itu mempelajari teori komunikasi maupun penerapannya sangatlah penting. Komunikasi yang efektif dapat membantu kita untuk mengatasi permasalahan yang kita hadapi dalam kehidupan profesional dan memperbaiki hubungan antar manusia.

Para ahli meyakini bahwa akar dari berbagai permasalahan yang ada dalam kehidupan kita adalah karena buruknya komunikasi. Komunikasi yang efektif adalah solusi untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut dan bahkan dapat mencegah permasalahan yang timbul. Untuk itu, kita sangat perlu mempelajari komunikasi secara komprehensif karena sangat bermanfaat bagi kehidupan kita.

Person, et.al dalam bukunya *Human Communication* (2000) menyatakan, setidaknya terdapat 7 (tujuh) manfaat yang akan kita peroleh dengan mempelajari komunikasi, yaitu :

1. Memperbaiki cara pandang terhadap diri sendiri

Mempelajari komunikasi membuat kita belajar untuk lebih mengenal diri sendiri. Proses pembelajaran ini dapat kita peroleh melalui komunikasi intrapersonal maupun berinteraksi dengan orang lain. Dengan mengetahui bagaimana komunikasi memberikan efek terhadap persepsi mengenai diri sendiri, dapat menuntun kita untuk lebih bisa menghargai diri sendiri.

Selain itu, mempelajari keterampilan berkomunikasi juga dapat memperbaiki cara pandang kita terhadap diri kita sendiri. Berbagai studi menunjukkan bahwa komunikasi yang secara efektif dilakukan dalam berbagai situasi dapat membantu pembentukan kepercayaan diri.

Dengan kata lain, keberhasilan kita dalam melakukan interaksi dengan orang lain dalam berbagai situasi sosial dan pencapaian kita dalam dunia profesional akan dapat menuntun kita pada perasaan yang positif terhadap diri sendiri.

2. Memperbaiki cara pandang orang lain terhadap diri

Pada umumnya, setiap orang lebih menyukai berkomunikasi dengan orang lain yang dapat juga berkomunikasi dengan baik. Apabila kita berkomunikasi dengan orang yang memiliki kompetensi, maka kita juga akan tergerak untuk meningkatkan kompetensi yang dimiliki. Semakin kita dipandang memiliki kompetensi yang mumpuni, maka orang lain pun akan datang untuk berinteraksi dengan kita.

3. Meningkatkan pengetahuan mengenai hubungan antar manusia

Komunikasi tidak hanya mempelajari tentang bagaimana cara berkomunikasi dengan orang lain, tetapi juga tentang bagaimana kita membangun hubungan dengan orang lain dan jenis komunikasi yang sesuai dengan situasi yang ada. Melalui hubungan antar manusia seperti pertemanan, hubungan keluarga, dan hubungan dalam suatu komunitas, kita belajar tentang kepercayaan, kedekatan, dan hubungan timbal-balik.

4. Mengajarkan keterampilan yang penting dalam kehidupan

Mempelajari komunikasi adalah mempelajari berbagai macam keterampilan yang akan digunakan oleh setiap orang dalam satu fase dalam kehidupannya. Keterampilan itu adalah kemampuan dalam berpikir kritis, kemampuan dalam melakukan pemecahan masalah, kemampuan dalam mengatasi konflik, kemampuan dalam membangun sebuah tim, kemampuan dalam literasi media, dan public speaking.

5. Membantu kita untuk melatih kebebasan berpendapat yang dijamin konstitusi

Di beberapa negara demokrasi, tak terkecuali Indonesia, kebebasan memperoleh informasi, kebebasan berpendapat dan kebebasan berbicara di depan umum dijamin dan diatur oleh konstitusi. Dengan derasnya arus informasi yang ada, kita dapat mengetahui berbagai macam isu hangat yang sedang terjadi dan kita dapat membahasnya dengan orang lain. Tidak hanya itu, kita juga dapat mendiskusikannya dalam suatu forum terbuka atau pun melalui media massa. Kita juga dapat mengkritisi berbagai informasi atau pesan yang kita peroleh dari orang lain.

6. Membantu kita meraih kesuksesan secara profesional

Sebagai seorang yang berlatar belakang pendidikan komunikasi, kita akan dapat meraih berbagai macam pekerjaan yang diinginkan. Beberapa profesi memerlukan keterampilan berkomunikasi misalnya public relation (oral communication).

7. Membantu kita untuk meningkatkan kemampuan berbahasa

Mempelajari bahasa asing atau bahasa daerah lokal dapat membantu kita berkomunikasi dengan orang lain yang berbeda bahasa dan budaya. Apabila hal ini ditopang dengan pemahaman konsep-konsep komunikasi dasar dan menerapkannya dalam interaksi kita dengan orang lain yang berbeda bahasa dan budaya, maka kemampuan berbahasa kita dengan sendirinya dapat berkembang.

Demikianlah gambaran singkat mengenai ilmu komunikasi yang dirangkum dari beberapa sumber. Namun, seperti yang disampaikan di bagian pengantar bahwa dari berbagai jenis kegiatan, bentuk, tingkatan komunikasi yang ada kita akan lebih fokus pada Komunikasi massa.

Untuk mengetahui apa dan bagaimana komunikasi massa kita akan jelaskan secara singkat pada materi di bawah ini.

Komunikasi Massa

Definisi umum dari komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan media massa. Banyak definisi lain mengenai komunikasi massa menurut para ahli komunikasi. Namun diantara sekian banyak definisi yang telah dikemukakan, terdapat benang merah kesamaan diantara definisi-definisi tersebut.

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai kependekan dari *mass media communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa baik itu melalui media cetak atau media elektronik (Nurudin, 2009 : 3-4)

Menurut Rakhmat (2004 : 65), komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar melalui media cetak, surat kabar, majalah, elektronik, radio dan televisi, sehingga pesan dapat diterima secara serentak dan sesaat. Pesan yang disampaikan melalui media massa merupakan produk dan komoditi yang mempunyai nilai tukar, serta acuan simbolik yang mempunyai nilai guna.

Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble (1986) mengatakan bahwa sesuatu bisa didefinisikan sebagai komunikasi massa jika mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar. Pesan tersebut dapat disebarkan melalui surat kabar, majalah, radio, televisi, dsb.
2. Komunikator dalam komunikasi massa dalam menyebarkan pesan-pesannya bermaksud mencoba berbagi pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui satu sama lain.
3. Pesan adalah milik publik. Artinya pesan bisa didapatkan dan diterima oleh siapa saja.

4. Sebagai sumber, komunikator massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan, atau perkumpulan. Dengan kata lain, komunikator tidak berasal dari seseorang melainkan sesuatu yang bersifat lebih besar (lembaga).
5. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*. *Gatekeeper* adalah sejumlah orang yang mengontrol suatu pesan sebelum pesan tersebut disebarkan atau diberitakan kepada khalayak luas.
6. Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Hal ini dikarenakan komunikasi ini melalui media massa, berbeda dengan jenis komunikasi yang lain umpan balik dapat dilakukan secara langsung misalnya seperti komunikasi antarpersona.

Setelah mendapat beberapa definisi komunikasi massa yang dikemukakan oleh beberapa ahli komunikasi, yang secara prinsip telah kita ketahui bahwa definisi-definisi komunikasi massa itu secara prinsip mengandung suatu makna yang sama, bahkan antara satu definisi dengan definisi lainnya dianggap saling melengkapi. Melalui komunikasi massa itu pula kita dapat mengetahui karakteristik komunikasi massa. Agar karakteristik komunikasi massa itu tampak jelas, maka pembahasannya perlu dibandingkan dengan komunikasi antarpersona. Karakteristik komunikasi massa adalah sebagai berikut :

1. Komunikator Terlembaga

Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Menurut Wright komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Secara kronologis proses penyusunan pesan oleh komunikator sampai pesan itu diterima oleh komunikan. Apabila pesan itu disampaikan melalui surat kabar, maka prosesnya adalah sebagai berikut : komunikator menyusun pesan dalam bentuk artikel, apakah atas keinginannya atau atas permintaan media massa yang bersangkutan. Selanjutnya pesan tersebut diperiksa oleh penanggungjawab rubric. Dari penanggung jawab rubrik diserahkan kepada redaksi untuk diperiksa layak tidaknya pesan itu untuk dimuat dengan pertimbangan utama tidak menyalahi kebijakan dari lembaga media massa itu. Ketika sudah layak pesan dibuat settingnya, lalu diperiksa oleh korektor, disusun oleh layout man agar komposisinya bagus, dibuat plate, kemudian masuk ke mesin cetak. Tahap terakhir setelah dicetak merupakan tugas bagian distribusi untuk mendistribusikan surat kabar yang berisi pesan itu kepada pembacanya.

Apabila media komunikasi yang digunakan adalah media televisi, tentu akan banyak lagi melibatkan orang, seperti juru kamera, juru lampu, pengarah acara, bagian make up, floor manager dan lain-lain. Selain itu, peralatan yang digunakan lebih banyak serta dana yang diperlukan lebih besar.

2. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi di sekeliling kita dapat dimuat dalam media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apa pun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik, bagi sebagian besar komunikan. Dengan demikian, kriteria pesan yang penting dan menarik itu mempunyai ukuran tersendiri, yakni bagi sebagian besar komunikan. Misalnya, berita pemilihan Lurah di Kelurahan Sukapada Kotamadya Bandung, dapat dianggap memenuhi kriteria penting bagi masyarakat setempat, tetapi tidak penting bagi masyarakat Kotamadya Bandung, apalagi Jawa Barat.

3. Komunikan Anonim dan Heterogen

Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Pada komunikasi antarpersonal. Komunikator akan mengenal komunikannya, mengetahui identitasnya seperti nama, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, bahkan mungkin mengenal sikap dan perilakunya.

Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikatornya tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Disamping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor: usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latarbelakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.

4. Pesan Serempak

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan komunikasi lainnya adalah, jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

Keserampakan media massa itu ialah keserampakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah, contohnya acara televisi yang ditayangkan oleh station tv setiap harinya, ditonton oleh jutaan pemirsa. Mereka secara serempak pada waktu yang sama menonton acara-acara di televise.

5. Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Setiap komunikasi melibatkan unsur isi dan unsur hubungan sekaligus. Pada komunikasi antarpersonal, unsur hubungan sangat penting. Sebaliknya pada komunikasi massa, yang penting adalah isi.

Pada komunikasi antarpersonal, pesan yang disampaikan atau topik yang dibicarakan tidak perlu menggunakan sistematika tertentu. Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang akan digunakan.

6. Bersifat Satu Arah

Secara singkat komunikasi massa itu adalah komunikasi dengan menggunakan atau melalui media massa. Karena melalui media massa maka komunikator dan komunikan tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpersonal. Dengan demikian, komunikasi massa itu bersifat satu arah.

Apabila kita sedang menonton berita di televisi kemudian ada beberapa bagian yang tidak dapat kita pahami, kita tidak dapat meminta penyiar untuk mengulang membacakan bagian yang tidak kita pahami itu, pesan harus diterima dengan apa adanya.

7. Stimulasi Alat Indera yang Terbatas

Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indera bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada siaran radio dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indra penglihatan dan pendengaran. Sedangkan komunikasi antarpersonal yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indera pelaku komunikasi, komunikator dan komunikan, dapat digunakan secara maksimal. Kedua belah pihak dapat melihat, mendengar secara langsung, bahkan mungkin merasa.

8. Umpan Balik Tertunda (Delayed)

Umpan balik atau feedback merupakan factor penting dalam bentuk komunikasi apapun. Efektivitas komunikasi seringkali dapat dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikan.

Semoga dengan penjelasan singkat mengenai komunikasi dan komunikasi massa, kita dapat lebih mudah mempelajari dan memahami materi kuliah sosiologi komunikasi massa yang akan kita pelajari lebih lanjut.

Sumber

<https://pakarkomunikasi.com/pengantar-ilmu-komunikasi>

<https://suksesmeraihangan.wordpress.com/category/komunikasi-massa/>

<https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-komunikasi-massa/4243/2>