

RUANG LINGKUP KOMUNIKASI

Disadur dari Bahan Ajar Gizi Konseling Gizi

A. Definisi Komunikasi

Bagi J.L. Aranguren, dalam bukunya yang berjudul *Human Communication*, komunikasi adalah pengalihan informasi untuk memperoleh tanggapan. Sementara itu, Melvin L. De Fleur mendefinisikan komunikasi sebagai pengkoordinasian makna antara seseorang dan khalayak. Berbeda lagi dengan Wilbur Schramm, yang mendefinisikan komunikasi sebagai saling berbagi informasi, gagasan atau sikap. Colin Cherry, dalam mendefinisikan komunikasi lebih menonjolkan pada kegiatan saling berbagi unsur-unsur perilaku atau modus kehidupan, melalui perangkat-perangkat aturan.

Sementara itu John C. Merrill menyebutkan bahwa komunikasi tidak lain adalah suatu penyesuaian pikiran, penciptaan perangkat simbol bersama di dalam pikiran para peserta atau singkatnya adalah suatu pengertian. Don Fabun, dalam bukunya yang berjudul *The transfer of Meaning*, mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu peristiwa yang dialami secara internal, yang murni personal, yang dibagi dengan orang lain, sedangkan George A. Theodorson dan Achilles G. Theodorson dalam *A Modern Dictionary of Sociology*, mengatakan bahwa komunikasi adalah pengalihan informasi dari satu orang atau kelompok kepada yang lain, terutama dengan menggunakan simbol.

Ada pula yang mendefinisikan komunikasi dengan menggunakan kata Bukan. Seperti yang dikemukakan oleh William Stephenson dalam bukunya yang berjudul *The Play Theory of Mass Communication*, ia mengatakan bahwa komunikasi bukan sekadar penerusan informasi dari satu sumber kepada publik, ia (komunikasi tersebut) lebih mudah dipahami sebagai penciptaan kembali gagasan-gagasan informasi oleh publik jika diberikan petunjuk dengan simbol, slogan atau tema pokok (Nimmo, 1993). Jadi, esensi komunikasi itu ialah menemukan dan memadukan si penerima dan si pengirim atas isi pesan yang khusus (Siahaan S.M,1991). Sementara itu, Colin Cherry, dalam bukunya *On Human Communication (1957)* pada dasarnya menyebutkan bahwa, komunikasi adalah suatu proses, di mana pihak-pihak peserta saling menggunakan informasi, dengan tujuan untuk mencapai pengertian bersama yang lebih baik

mengenai masalah yang penting bagi semua pihak yang bersangkutan. Proses ini dan kaitan hubungan yang ada di antara para peserta dalam proses, kita sebut komunikasi. (Kincaid D Lawrence & Schram, Wilbur, 1977).

Seorang sosiolog bernama Charles Horton Cooley berpendapat bahwa, komunikasi itu merupakan mekanisme yang menyebabkan adanya hubungan antar manusia, dan yang memungkinkannya berkembang, serta lambang-lambang pikiran bersama-sama dengan alat-alat untuk meneruskannya dalam ruang dan menyimpannya dalam dimensi waktu (Kincaid D. Lawrence & Schram, Wilbur, 1977).

Komunikasi itu merupakan proses. Proses men-transmit, proses memindahkan. Yang dipindahkan adalah fakta-fakta/kenyataan-kenyataan, keyakinan-keyakinan, sikap-sikap, reaksi-reaksi emosional (misalnya marah, sedih, gembira atau mungkin kekaguman, dan sebagainya) atau dapat juga yang mengandung kesadaran-kesadaran manusia. Proses pemindahan hal-hal tadi berlangsung antara manusia satu dengan lainnya.

Jadi jelas, bagi sosiolog, komunikasi itu tidak sekadar berisi informasi, melainkan meliputi juga ungkapan-ungkapan perasaan yang pada umumnya dialami umat manusia. William Albright misalnya, dalam bukunya yang berjudul *Public Opinion* sebagaimana dikutip oleh Siahaan, S.M. (1991) menyebutkan sebagai berikut.

“Communication is the process of transmitting meaningful symbols between individuals.
(Komunikasi adalah proses pengoperan lambang-lambang yang penuh arti antar individu).

Sementara itu, apa yang dikemukakan oleh Carl I. Hoveland dalam bukunya *Social Communication* menegaskan bahwa komunikasi adalah proses bilamana seorang individu (komunikator) mengoper stimulants (biasanya lambang kata-kata) untuk mengubah tingkah laku individu lainnya (komunikan).

B. Lingkungan Komunikasi

DeVito menegaskan bahwa lingkungan (konteks) komunikasi setidaknya-tidaknya memiliki 3 dimensi, yaitu dimensi fisik, dimensi sosial-psikologis, dan dimensi temporal. Berikut ini merupakan penjabaran dari apa yang dimaksudkan DeVito tersebut.

1. Dimensi Fisik

Menurut DeVito, ruang atau bangsal atau taman di mana komunikasi itu berlangsung disebut konteks atau lingkungan fisik. Yang dimaksud dengan konteks atau lingkungan fisik dalam hal ini adalah lingkungan nyata atau berwujud (tangible). Lingkungan fisik ini, apapun bentuknya, mempunyai pengaruh tertentu atas kandungan pesan kita (apa yang kita sampaikan) selain juga bentuk pesan (bagaimana kita menyampaikannya).

2. Dimensi Sosial-Psikologis

Dimensi sosial-psikologis ini, misalnya meliputi tata hubungan status di antara mereka yang terlibat, peran dan permainan yang dijalankan orang, serta aturan budaya: masyarakat di mana mereka berkomunikasi. Lingkungan atau konteks ini juga mencakup rasa persahabatan atau permusuhan, formalitas atau informalitas, serius atau senda-gurau. Komunikasi yang dibolehkan pada suatu pesta wisuda mungkin tidak dibolehkan di rumah sakit. Tentu saja Anda paham dengan apa yang dimaksud oleh Vito. Komunikasi yang terjalin di antara hadirin pada pesta wisuda tentunya semuanya dalam suasana gembira. Sementara itu suasana di rumah sakit kebanyakan bernuansa sedih, iba, dan harus pandai-pandai menyesuaikan diri dengan suasana lingkungan.

3. Dimensi Temporal atau Waktu

Dimensi ini mencakup waktu dalam sehari maupun waktu dalam hitungan sejarah di mana komunikasi tersebut berlangsung. Bagi sejumlah orang, pagi hari bukanlah waktu yang tepat untuk berkomunikasi. Sementara bagi orang lain, pagi hari justru merupakan waktu yang ideal untuk berkomunikasi. Anda tentu bisa membandingkan antara orang yang sibuk dengan pekerjaannya pada pagi hari dengan orang-orang yang suka begadang pada malam hari, yang di pagi harinya masih merasa loyo serta ingin bermalas-malas. Lebih lanjut DeVito mengatakan bahwa, ketiga dimensi lingkungan ini saling berinteraksi dan saling mempengaruhi satu sama lain. Sebagai contoh, terlambat memenuhi janji kencana (lingkungan atau konteks temporal) dapat mengakibatkan berubahnya suasana persahabatan-permusuhan (lingkungan sosial-psikologis), yang kemudian dapat menyebabkan perubahan kedekatan fisik dan pemilihan rumah makan untuk makan malam (lingkungan fisik). Perubahan-perubahan ini dapat menimbulkan banyak perubahan lain. Memang, proses komunikasi itu tidak pernah statis (DeVito, 1997).

C. Proses Komunikasi

Ada bermacam-macam proses yang terjadi di dalam komunikasi, akan tetapi yang akan dibicarakan pada kesempatan ini adalah proses komunikasi secara primer (primary process), dan proses komunikasi secara sekunder (secondary process). Proses tidak lain adalah suatu kegiatan atau aktivitas secara terusmenerus dalam kurun waktu tertentu. Kalau Anda sedang makan siang misalnya, itu proses. Dikarenakan Anda melakukan aktivitas, sejak mulai mengambil nasi, mengambil sayur dan lauk-pauk, dan kemudian Anda menyantapnya dengan nikmat sampai habis. Anda kerjakan aktivitas tersebut dari waktu tertentu sampai pada waktu tertentu pula, tentu saja, yang namanya proses itu bisa memakan waktu yang relatif pendek, akan tetapi dapat pula memakan waktu yang sangat panjang, tergantung dari konteksnya. Status dan peran Anda sebagai mahasiswa, melakukan berbagai kegiatan akademik sejak tingkat pertama sampai dengan akhir masa studi Anda, dan meraih kesarjanaan adalah juga suatu proses.

Menurut Kincaid dan Schramm dalam bukunya yang berjudul *Asas-Asas Komunikasi Antarmanusia* yang juga diacu oleh Liliweri, menyebutkan bahwa proses adalah suatu perubahan atau rangkaian tindakan serta peristiwa selama beberapa waktu dan yang menuju suatu hasil tertentu. Dengan begitu, setiap langkah yang mulai dan saat menciptakan informasi sampai saat informasi itu dipahami, merupakan proses-proses di dalam rangka proses komunikasi yang lebih umum (Liliweri, 1997). Proses komunikasi baik secara primer maupun sekunder antara lain:

1. Proses secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah komunikasi yang dilakukan secara tatap muka, langsung antara seseorang kepada yang lain guna menyampaikan pikiran maupun perasaannya. Alo Liliweri menyebutkan bahwa, proses komunikasi primer, berlaku tanpa alat, yaitu secara langsung dengan menggunakan bahasa, gerakan yang diberi arti khusus, aba-aba dan sebagainya (Liliweri, 1997). Sementara itu, Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul *Ilmu komunikasi, Teori dan Praktik* menyebutkan bahwa proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media (Effendy, 1994). Lambang atau symbol yang dapat digunakan sebagai media proses komunikasi secara primer antara seseorang dengan yang lainnya itu ada banyak dan bermacam-macam.

Misalnya, saja bahasa, tanda-tanda berwujud gambar, suara atau bunyi, gerak-gerak tubuh, warna, bahkan bau, dan masih banyak lagi yang lainnya.

Meskipun banyak simbol-simbol yang dapat digunakan dalam proses komunikasi primer ini, ada satu hal yang sangat penting untuk diketahui dan dipahami benar bahwa bahasa merupakan simbol yang paling memadai di antara simbol-simbol lainnya dalam menjembatani komunikasi antarmanusia. Susanne K. Langer bahkan menyebut bahwa Bahasa itu merupakan bentuk simbolisme yang sangat tinggi. Dunia manusia adalah dunia simbol. Tanpa simbol, manusia tidak akan dapat berkembang seperti sekarang ini. Di dalam Teori Interaksionisme simbolik ditegaskan bahwa ada 2 hal penting yang menandai kehidupan manusia, yaitu interaksi dan simbol. Interaksi itu penting karena dia menunjukkan kehidupan sosial, di mana orang saling mengerti, saling menanggapi, dan saling berkomunikasi. Interaksi binatang dengan interaksi manusia itu berbeda secara prinsipal. Binatang berinteraksi dengan sesamanya dengan menggunakan naluri (instinct)-nya, yaitu suatu kemampuan yang dibawanya sejak lahir, tanpa perlu dipelajari. Dengan nalurinya, binatang memenuhi berbagai kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan makan, minum, melindungi diri dan para warganya, sampai dengan pemenuhan kebutuhan seksualitasnya sangat berbeda dengan manusia yang berinteraksi dengan menggunakan simbol-simbol yang diciptakannya dikembangkan, bahkan diubahnya sesuai dengan kebutuhannya. Dengan simbol berupa bahasa, manusia dapat mengomunikasikan segala isi pikiran dan ungkapan perasaannya sehingga orang lain dapat memahami, merasakan dan bertindak sesuai dengan kehendak kita.

Lebih lanjut DeVito menjelaskan tentang bahasa itu bersifat produktif, dan kreatif. Artinya, bahwa pesan-pesan verbal kita merupakan gagasan-gagasan, gagasan bersifat baru. Tentu saja ada beberapa pengecualian dari kaidah umum ini, tetapi tidak banyak dan tidak penting, Sebagai contoh, pesan seperti “Apa kabar?”, “Selamat malam” tidaklah produktif karena kata-kata ini tidak tercipta baru setiap kali diucapkan. Kalau pengecualian seperti ini dikesampingkan, semua pesan verbal tercipta pada saat diutarakan. Ketika Anda berbicara, Anda tidak mengulang kalimatkalimat hasil mengingat, melainkan menciptakan sendiri kalimat-kalimat baru. Begitu pula pemahaman Anda atas pesan-pesan verbal menunjukkan produktivitas dalam arti bahwa Anda dapat memahami pemikiran-pemikiran

baru yang dikemukakan. Dimensi lain dari produktivitas bahwa sistem pesan manusia memungkinkan terciptanya kata-kata baru. Apabila sesuatu ditemukan atau diciptakan, kita dapat menciptakan kata-kata baru untuk menggambarkannya: komputer, faksimile, modem, DNA rekombinan. Sistem bahasa kita terbuka untuk pengembangan suatu aspek yang tampaknya tidak dimiliki oleh sistem komunikasi hewan.

Bahasa manusia mengenal pengalihan (*displacement*) sehingga manusia dapat berbicara tentang masa lalu dan masa depan semudah kita berbicara tentang masa kini. Kita dapat berbicara tentang hal-hal yang tidak pernah kita lihat, misalnya tentang manusia duyung, kuda bertanduk, dan bahkan tentang makhluk dari planet lain. Masih dalam konteks pembicaraan ini, Vito juga mengatakan bahwa bahasa menunjukkan ciri pelayanan cepat. Maksudnya bahwa bicara melenyap dengan cepat; suara-suara ini lenyap.

Suara harus diterima setelah itu dikirimkan atau kita tidak akan pernah menerimanya. Sudah pasti semua isyarat berangsur-angsur akan melenyap; simbol-simbol tertulis bahkan simbol-simbol yang dipahatkan pada batu tidaklah permanen. Tetapi secara relatif isyarat suara barangkali merupakan yang paling tidak permanen di antara semua media komunikasi, inilah yang dimaksud dengan pelenyapan cepat (*rapid fading*).

Bahasa juga memiliki ciri kebebasan makna (*arbitrary*). Artinya, bahasa itu tidak memiliki karakteristik fisik dari benda atau hal yang mereka gambarkan. Sebagai contoh, kata *anggur* tidak lebih lezat ketimbang kata *bulgur*. Kata *bulgur* juga tidak lebih mengenyangkan ketimbang kata *anggur*.

Suatu kata memiliki arti atau makna, seperti yang kita gambarkan karena kitalah yang secara bebas menentukan arti atau maknanya. DeVito juga menegaskan bahwa bentuk bahasa manusia itu dipancarkan/diwariskan atau ditransmisikan secara kultural (*culturally transmitted*). Seorang anak yang dibesarkan dalam lingkungan keluarga yang berbahasa Inggris akan menguasai bahasa Inggris sebagai bahasa ibu, apa pun bahasa orang tua kandungnya (DeVito, 1997). Yang jelas, John Locke berpendapat bahwa bahasa itu merupakan instrumen yang besar yang harus dipakai bersama di dalam suatu masyarakat. Mengapa? karena bahasa merupakan representasi dari pernyataan pikiran, perasaan untuk mewujudkan perbuatan guna menunjukkan simbol-simbol yang telah disepakati di dalam masyarakat yang bersangkutan (Liliweri; 1991).

Kemampuan bahasa sebagai simbol yang terbaik dan paling memadai dalam komunikasi tentulah tak dapat diragukan lagi. Kial atau gerakan-gerakan tubuh, misalnya menggelengkan kepala memang memiliki makna, akan tetapi makna tersebut amat terbatas. Demikian pula, isyarat berupa gerakan tangan atau lambaian seseorang kepada temannya, bunyibunyan ataupun warna tertentu juga amat terbatas maknanya, dalam arti tidak memiliki kemampuan yang luas, seperti bahasa. Sekalipun demikian, dalam kenyataan hidup kita sehari-hari di dalam masyarakat, kombinasi atau pemakaian berbagai simbol sekaligus adalah hal biasa dan bahkan lebih efektif di dalam melakukan proses komunikasi secara primer.

2. Proses secara Sekunder

Setelah Anda memahami pengertian proses komunikasi secara primer maka uraian berikut ini akan membahas tentang proses komunikasi secara sekunder beserta contoh-contohnya. Menurut Onong Uchjana Effendy, proses komunikasi secara sekunder itu tidak lain adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama (Effendy, 1994). Jangan lupa bahwa yang dimaksud oleh Onong Uchjana Effendy dengan lambang sebagai media pertama dalam proses komunikasi adalah bahasa. Seperti halnya Onong Uchjana Effendy, Liliweri juga menekankan bahwa proses komunikasi sekunder menggunakan alat agar dapat melipatgandakan jumlah penerima pesan/amanat, yang berarti pula mengatasi hambatan-hambatan geografis maupun hambatan waktu. (Liliweri, 1990).

Yang tak boleh Anda lupakan dalam hal ini bahwa pada umumnya, apabila kita menggunakan istilah media komunikasi maka yang dimaksudkan adalah media kedua. Jarang sekali orang menganggap bahwa bahasa adalah media komunikasi. Berhati-hatilah! Tentang hal ini, Onong Uchjana Effendy berpendapat bahwa penyebabnya tidak lain karena bahasa merupakan lambang (simbol) beserta isi (content), yakni pikiran dan atau perasaan yang dibawanya menjadi totalitas pesan (message), yang tampak tak dapat dipisahkan. Tidak seperti media dalam bentuk surat, telepon, radio, dan lainlainnya yang jelas tidak selalu dipergunakan. Kelihatannya seolah-olah orang tidak mungkin berkomunikasi tanpa bahasa, akan tetapi mungkin orang dapat berkomunikasi tanpa surat atau telepon atau televisi, dan sebagainya, (Effendy; 1994).

Pada penjelasan terdahulu Anda telah memahami bahwa pada umumnya memang bahasalah yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi karena bahasa sebagai lambang mampu mentransmisikan (memindahkan) berbagai pikiran maupun perasaan, baik yang sifatnya abstrak maupun yang konkret. Contohnya, Anda sedang berkomunikasi dengan rekan Anda, dan Anda menjelaskan bahwa di kota pelajar, seperti di Yogyakarta dewasa ini jumlah anak-anak jalanan semakin meningkat, semakin banyak bocah-bocah di bawah umur yang terpaksa harus mengemis kepada para pengguna jalan yang berkendara bermotor ketika berhenti di traffic light, sementara pengemis-pengemis tua yang cacat terpaksa hanya duduk menggelesot secara pasif menunggu kejatuhan rejeki di bawah teriknya matahari sambil mengusap peluhnya yang tak pernah reda. Oleh karena Anda sangat pandai menuturkan hal tersebut, dan begitu ekspresif dan sentimental maka sangat mungkin rekan Anda ikut terharu.

Bahasa, memang dapat digunakan untuk mewartakan atau mengemas pikiran dan perasaan guna mengungkapkan hal-hal maupun peristiwa-peristiwa, baik itu terjadi di masa lalu, masa kini maupun masa yang akan datang. Oleh karena itulah, kebanyakan media merupakan alat atau sarana yang diciptakan untuk meneruskan pesan komunikasi dengan bahasa. Telepon, radio, surat, poster maupun televisi, merupakan contoh-contoh media untuk menyambung atau menyebarkan pesan yang menggunakan bahasa.

Sebagaimana kita ketahui bahwa dengan semakin pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta peradaban manusia maka komunikasi bermedia (mediated communication) telah mampu memadukan komunikasi berlambang bahasa dengan komunikasi berlambang gambar serta warna. Hal ini dapat kita saksikan dalam bentuk film, televisi maupun video, yang dewasa ini telah melanda masyarakat di berbagai belahan dunia. Pentingnya media sekunder dalam proses komunikasi tak dapat diragukan lagi karena dengan media sekunder efisiensi penyebaran informasi dapat diperoleh dalam rangka mencapai khalayak komunikan yang jumlahnya dapat berjuta-juta dan juga tersebar di berbagai daerah/wilayah yang sangat luas dan dalam tempo yang sama dan sesingkat-singkatnya.

Ambillah suatu contoh untuk hal ini, misalnya saja pidato seorang presiden yang disiarkan melalui radio atau televisi. Sekalipun proses komunikasi secara sekunder (menggunakan media kedua setelah bahasa) ini diakui efisiensinya dalam menjangkau khalayak

komunikasikan akan tetapi ada suatu hal yang tak boleh dilupakan. Efisiensi dan efektivitas komunikasi bermedia ini hanya dalam menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif, sedangkan yang efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan persuasif adalah komunikasi tatap muka karena kerangka acuan (frame of reference) komunikasi dapat diketahui oleh komunikator, sedangkan dalam proses komunikasinya umpan balik berlangsung seketika. Artinya, komunikator mengetahui tanggapan atau reaksi komunikan pada saat itu juga. Hal demikian ini berlainan dengan komunikasi bermedia, apalagi dengan menggunakan media massa, yang tidak memungkinkan komunikator mengetahui kerangka acuan khalayak yang menjadi sasaran komunikasinya, sedangkan dalam proses komunikasinya, umpan balik berlangsung tidak pada saat itu.

Onong Uchjana Effendy menjelaskan bahwa umpan balik dalam komunikasi bermedia, terutama media massa, biasanya dinamakan umpan balik tertunda (delayed feedback) karena sampainya tanggapan atau reaksi khalayak kepada komunikator memerlukan tenggang waktu. Bagaimanapun dalam proses komunikasi bermedia, misalnya dengan surat, poster, spanduk, radio, televisi atau film, umpan balik akan terjadi. Dengan kata lain, komunikator mengetahui tanggapan komunikan jika komunikasinya sendiri selesai secara tuntas. Memang ada pengecualian, yaitu dalam komunikasi bermedia telepon meskipun bermedia, akan tetapi umpan balik dapat berlangsung seketika. Sungguhpun demikian, komunikator tidak melihat ekspresi wajah komunikan maka reaksi sebenarnya dari komunikan tidak akan dapat diketahui oleh komunikator, seperti kalau dalam komunikasi tatap muka.

Oleh karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan dipergunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternatif perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju. Komunikan media surat, poster atau papan pengumuman akan berbeda dengan komunikan surat kabar, radio, televisi atau film. Setiap media memiliki ciri atau sifat tertentu yang hanya efektif dan efisien untuk dipergunakan bagi penyampaian suatu pesan tertentu pula. Dengan demikian, proses komunikasi seara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan

sebagai media massa (mass media) dan media nirmassa atau media nonmassa (non-mass media).

D. Unsur-unsur Komunikasi

Lebih lanjut Onong Uchjana Effendy juga menyebutkan unsur-unsur dalam proses komunikasi sebagai berikut.

1. Sumber : komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
2. Encoding : pensandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
3. Message : pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator
4. Media : saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikasi kepada komunikan.
5. Decoding : pengawas sandian, yaitu proses di mana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
6. Receiver : komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
7. Response : tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah pesan diterima.
8. Feedback : umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
9. Noise : gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

Secara lebih sederhana, unsur-unsur tersebut pernah dikemukakan oleh Aristoteles bahwa unsur-unsur pokok dalam proses komunikasi adalah komunikator, komunikan dan pesan. Pendapat Aristoteles ini sekaligus menunjukkan bahwa persoalan komunikasi selalu meliputi siapa mengatakan apa kepada siapa. Oleh karena itu, kita harus memilih siapa yang paling tepat mengatakan, siapa yang paling layak mendengarkan, pesan apa yang paling aktual untuk disampaikan, sedangkan metode, teknik dan cara menyampaikan pesan dalam proses komunikasi hanya merupakan pilihan yang bersifat kontekstual. (Liliweri,

1997). Senada dengan pendapat tersebut di atas, Effendy juga menyebutkan, model komunikasi seperti itu menegaskan faktor-faktor kunci dalam komunikasi efektif. Komunikator harus tahu khalayak mana yang dijadikan sasaran dan tanggapan apa yang diharapkannya. Ia harus trampil dalam mensandi pesan dengan memperhitungkan bagaimana komunikan biasanya mengawas sandi pesan. Komunikator harus mengirimkan pesan melalui media yang efisien dalam mencapai khalayak sasaran. Agar komunikasi efektif, proses persandian oleh komunikator harus bertautan dengan proses pengawas sandian oleh komunikan. Wilbur Schramm melihat pesan sebagai tanda esensial yang harus dikenal oleh komunikan. Semakin pengalaman (*field of experience*) komunikator tumpang tindih dengan bidang pengalaman komunikan, akan semakin efektif pesan yang di komunikasikan. Komunikator akan dapat mensandi dan komunikan akan dapat mengawas sandi hanya dalam istilah-istilah pengalaman yang dimiliki masing-masing. Memang ini merupakan beban bagi komunikator dari strata sosial yang satu yang ingin berkomunikasi secara efektif dengan komunikan dari strata social yang lain. Akan tetapi, di dalam teori komunikasi dikenal istilah empati, yang berarti kemampuan memproyeksikan diri kepada peranan orang lain. Jadi, antara komunikator dengan komunikan terdapat perbedaan dalam kedudukan, jenis pekerjaan, agama, suku, bangsa, tingkat pendidikan, ideologi, dan lain-lain, jika komunikator bersikap empati, komunikasi tidak akan gagal (Effendy, 1994).