

modul
3

MODEL-MODEL KOMUNIKASI

S.Djuarsa Sendjaja, Ph.D

Model-model Komunikasi

Dalam modul-modul sebelumnya telah dibahas mengenai pengertian, karakteristik, prinsip dasar proses komunikasi serta tujuan dan akibat dari komunikasi. Dengan demikian, saat ini Anda diharapkan telah dapat memahami dengan baik konsep-konsep dasar dan komunikasi.

Materi yang akan disajikan dalam Modul 3 ini secara khusus difokuskan pada pembahasan tentang model-model komunikasi. Secara rinci, materi modul ini akan dibagi dalam 3 (tiga) pokok bahasan. Pokok bahasan pertama akan difokuskan pada pengertian dari fungsi model. Pokok bahasan kedua, akan menjelaskan tentang model-model dasar komunikasi. Pokok bahasan ketiga akan menguraikan beberapa model yang menjelaskan pengaruh atau dampak komunikasi.

Setiap pokok bahasan akan menjadi satu topik kegiatan belajar. Pelajari dengan cermat setiap topik kegiatan belajar, serta kerjakan semua pertanyaan dan tes formatif. Apabila ada kesulitan dalam memahami materi kegiatan belajar, atau merasa ragu-ragu, diskusikan dengan teman-teman dan/atau tutor Anda.

Secara umum tujuan dari modul ini adalah untuk memberikan pemahaman mengenai model-model komunikasi. Setelah mempelajari modul ini, anda diharapkan dapat memahami mengenai:

1. pengertian dan fungsi dari model komunikasi;
2. prinsip dasar dan proses kerja beberapa model dasar komunikasi;
3. prinsip dasar dan proses kerja beberapa model tentang pengaruh komunikasi.

Pengertian dan Fungsi Model

Apa yang dimaksud dengan model? Apakah model sama atau berbeda dengan teori? Dalam buku-buku dan jurnal-jurnal komunikasi, masih banyak ditemui kerancuan tentang penggunaan konsep teori dan model. Akibatnya pembaca menjadi sulit untuk membedakan yang mana yang disebut teori dan yang mana yang disebut sebagai model.

Bahkan tidak jarang ditemui teori X disebut sebagai model x atau sebaliknya. Meskipun penjelasan dan batasan tentang kedua konsep tersebut masih merupakan sesuatu yang dapat diperdebatkan, untuk keperluan buku ini uraian tentang teori dan model yang diberikan oleh Littlejohn (1983) dan Hawes (1975) akan dijadikan sebagai patokan.

Menurut Littlejohn (1983: 12) “In a broad sense the term model can apply to any symbolic representation of a thing, process, or idea” (dalam pengertian luas pengertian model menunjukkan setiap representasi simbolis dari suatu benda, proses atau gagasan/ide). Pada level konseptual model merepresentasikan ide-ide dan proses. Dengan demikian model bisa berbentuk gambar-gambar grafis, verbal atau matematika. Biasanya model dipandang sebagai analogi dan beberapa fenomena. Perbedaan antara teori dan model menurut Littlejohn dan Hawes (1983) adalah, teori merupakan penjelasan (explanation), sedangkan model hanya merupakan representasi (representation). Dengan demikian, model komunikasi dapat diartikan sebagai representasi dari suatu peristiwa komunikasi. Melalui model komunikasi bisa dilihat faktor-faktor yang terlibat dalam proses komunikasi. Akan tetapi, model tidak berisikan penjelasan mengenai hubungan C interaksi antara faktor-faktor atau unsur-unsur yang menjadi bagian dan model. Penjelasannya diberikan oleh teori. ini berarti terdapat kaitan antara teori dan model.

Menurut Deutsh (1966), model dalam konteks ilmu pengetahuan sosial, mempunyai empat (4) fungsi. Pertama, fungsi mengorganisasikan. Artinya, model membantu kita mengorganisasikan sesuatu hal dengan cara mengurut. urutkan serta mengaitkan satu bagian/sistem dengan bagian sistem lainnya, sehingga kita memperoleh gambaran yang menyeluruh, tidak sepotong-sepotong. Aspek lainnya dari fungsi pertama ini adalah, bahwa model memberikan gambaran umum tentang suatu hal dalam kondisi-kondisi tertentu. Kedua, model ini membantu menjelaskan. Meskipun model pada dasarnya tidak berisikan penjelasan, namun model membantu kita dalam menjelaskan tentang suatu hal melalui penyajian informasi yang sederhana. Tanpa model, informasi tentang suatu hal akan tampak rumit atau tidak jelas. Ketiga, fungsi “heuristik”. Artinya melalui model, kita akan dapat ,mengetahui sesuatu hal secara keseluruhan. Karena, model membantu kita dengan memberikan gambaran tentang komponen-komponen pokok dan sebuah proses atau sistem. Keempat, fungsi prediksi. Melalui model, kita dapat memperkirakan tentang hasil atau akibat yang akan dapat dicapai. Oleh karena itu, dalam dunia ilmiah model ini sangat penting, karena dapat dipergunakan sebagai dasar bagi para peneliti dalam

merumuskan hipotesis, yakni pernyataan-pernyataan yang benisikan penjelasan mengenal kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antara satu faktor dengan faktor-faktor lainnya.

Komunikasi adalah suatu proses yang dinamis dan melibatkan banyak unsur atau faktor. Kaitan antara satu unsur/faktor dengan unsur/faktor lainnya dapat bersifat struktural atau fungsional. Dengan demikian, model-model komunikasi juga memberikan gambaran kepada kita tentang struktur dan hubungan fungsional dan unsur-unsur/ faktor-faktor yang ada dalam sistem. Pengertian struktur menunjuk pada tatanan kedudukan dan garis hubungan antara satu unsur/faktor dengan unsur-unsur/faktor-faktor lainnya yang ada dalam sebuah sistem. Pengertian struktur menunjuk pada tatanan kedudukan dan garis hubungan antara satu unsur/faktor dengan unsur-unsur/faktor-faktor lainnya dalam sebuah sistem. Pengertian fungsional menunjuk pada tugas dan peran dari setiap unsur/faktor dalam sebuah sistem. Oleh karena itu, melalui model, kita akan dapat memahami secara mudah dan komprehensif mengenai struktur dan fungsi dari unsur-unsur/faktor-faktor yang terlibat dalam proses komunikasi, baik dalam konteks individual, di antara dua orang atau lebih, kelompok/organisasi ataupun dalam konteks komunikasi dengan masyarakat secara luas.

Dennis McQuail dan Sven Windahl (1981) dalam buku mereka telah menginventarisasikan dan menjelaskan 28 buah model komunikasi. Kedua puluh delapan model komunikasi ini menurut McQuail dan Windahl dapat (dibagi dalam lima kelompok. Kelompok pertama, disebut sebagai model- model dasar. Kelompok kedua menyangkut pengaruh personal, penyebaran dan dampak komunikasi massa terhadap perseorangan. Kelompok ketiga meliputi model-model tentang efek komunikasi massa

terhadap kebudayaan dan masyarakat. Kelompok keempat berisikan model-model yang memusatkan perhatian pada khalayak. Kelompok kelima mencakup model-model komunikasi tentang sistem, produksi, seleksi dan alur media massa.

Sebagai pengantar, contoh-contoh model komunikasi yang akan dibahas dalam modul ini hanyalah terbatas pada beberapa model yang tergolong kelompok model-model dasar dan kelompok model pengaruh personal, penyebaran dan dampak komunikasi massa. Model-model dasar yang akan diuraikan adalah: (1) model komunikasi intrapribadi dan komunikasi antarpribadi dari Barnlund, (2) model komunikasi klasik dari Lasswell, (3) model komunikasi sirkuler dan Osgood dari Schramm, (4) model komunikasi dari Webner,

(5) model komunikasi dari Riley & Riley, (6) model ABX Newcomb, (7) model komunikasi dari Shannon dan Weaver, dan (8) model komunikasi.

DeFleur. Model-model pengaruh personal, penyebaran dan dampak komunikasi yang akan dibahas adalah: (1) model S-R dari DeFleur, (2) model pengaruh psikologis TV dari Comstock, (3) model komunikasi massa dua tahap dari Katz dan Lazarfeld, serta (4) model “spiral keheningan” dari Noelle-Neumann.

Model Dasar Komunikasi

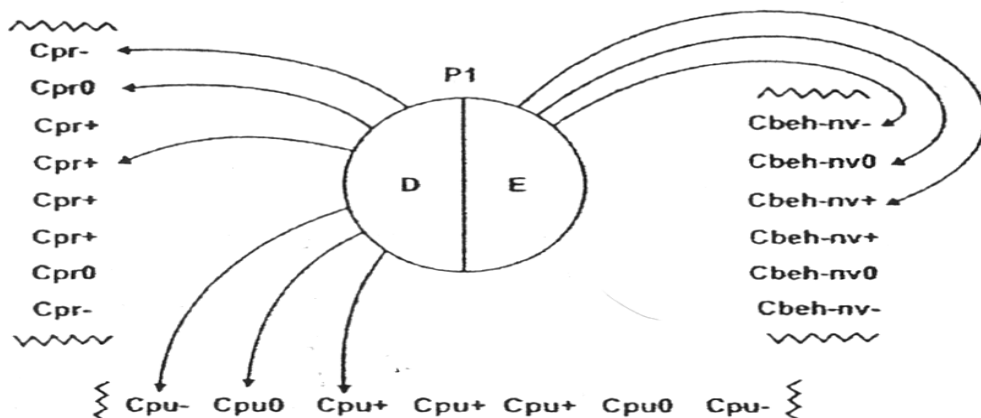
A. MODEL KOMUNIKASI BARNLUND

Dean Barlund, seorang ahli komunikasi Amerika Serikat membuat dua model komunikasi, yaitu: model komunikasi intrapersonal (intrapribadi) dan model komunikasi antarpribadi. Gambaran mengenal kedua model tersebut adalah sebagai berikut.

1. Model Komunikasi Intrapribadi

Komunikasi intrapribadi sebagaimana telah dijelaskan di bagian depan adalah komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Pengertian komunikasi di sini menunjuk pada proses pengolahan dan pembentukan informasi melalui sistem syaraf dan otak manusia sehubungan dengan adanya stimulus yang ditangkap melalui pancaindra. Proses berpikir (mencerna dan memahami suatu simbol), serta melakukan reaksi atas suatu stimulus, adalah bagian dari proses komunikasi yang terjadi dari dalam diri manusia. Jalannya proses komunikasi intrapribadi ini, menurut Barnlund dapat digambarkan sebagai berikut

ut.



Gambar 3.1.

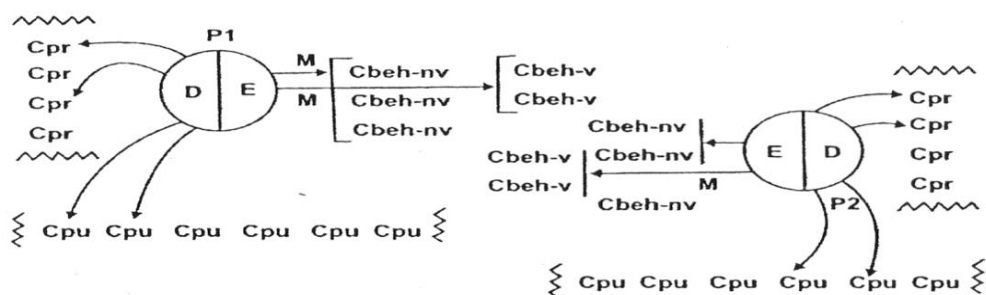
Keterangan:

- P = Person (orang)
- D = Decoding (pemecahan arti kode)
- E = Encoding (pembentukan kode)
- Cpu = Public cues (isyarat publik)
- Cpr = Private cues (isyarat pribadi)
- Cbeh-nv = Nonverbal behavioral cues (isyarat tingkah laku nonverbal)
- +, 0 = Valensi positif, netral, negatif p

Gambar model di atas menjelaskan bahwa pada dasarnya tingkah laku nonverbal seseorang apakah bervalensi positif, netral, atau negatif dipengaruhi oleh isyarat-isyarat pribadi dan publik yang dialami atau sampai kepada dirinya. Rasa gembira karena baru mendapat kiriman uang, atau perasaan senang karena habis makan goreng ayam yang enak, adalah control isyarat pribadi yang bervalensi positif (Cpr+). Ruangan kuliah yang dingin karena ber-AC, atau tempat duduknya yang rapi, bersih, dan empuk, adalah contoh-contoh isyarat publik yang bervalensi positif (Cpu+). Apabila contoh-contoh di atas dialami oleh seorang mahasiswa yang akan kuliah maka begitu masuk dan duduk di ruang kuliah kemungkinan ia akan tampak ceria mengangguk-anggukkan kepalanya tanda gembira, atau bersiul kecil pertanda senang (Cbeh-nv+).

Dalam kenyataannya, seseorang tentu saja akan mengalami berbagai isyarat (baik pribadi, ataupun publik) yang bervalensi positif, netral maupun negatif. Namun, menurut model ini, semua isyarat ini setelah di-decode, akan membentuk (encode) suatu isyarat tingkah laku nonverbal tertentu (positif, netral, atau negatif).

2. Model Komunikasi Antarpribadi



M = Message (pesan)
Cbeh-v = Verbal Behavioral Cues (Isyarat tingkah laku verbal)

Gambar 3.2.

Proses komunikasi antarpribadi seperti digambarkan dalam model di atas, pada dasarnya merupakan kelanjutan daripada proses komunikasi intrapribadi sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya. Ada dua elemen tambahan, yakni pesan (M) dan isyarat tingkah laku verbal (Cbeh-v). Dengan demikian pola dan bentuk komunikasi yang terjadi antara dua orang dipengaruhi oleh hasil proses komunikasi intrapribadi yang terjadi dalam dirinya masing-masing.

B. MODEL LASSWELL

Harold D. Lasswell, adalah seorang ilmuwan politik yang juga tertarik mendalami komunikasi. Bidang studi yang ditekuninya terutama yang menyangkut propaganda dan komunikasi politik. Karena kontribusinya yang besar terbadap perkembangan ilmu komunikasi, sebagaimana telah dijelaskan dalam Modul 2, oleh Wilbur Schramm dipandang sebagai salah seorang dari empat tokoh yang mendapat sebutan The Founding Fathers.

Menurut Lasswell, persoalan komunikasi menyangkut 5 (lima) pertanyaan sederhana sebagai berikut.

WHO? (siapa?)

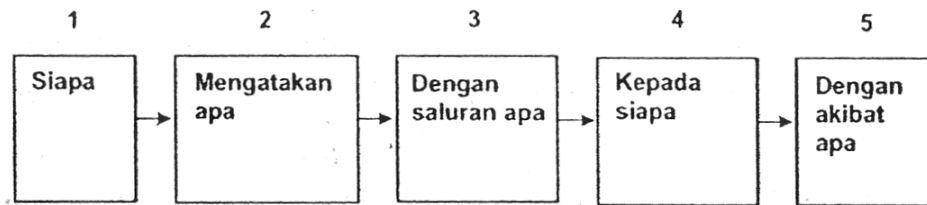
SAYS WHAT? (mengatakan apa?)

TN WHICH CHANNELS? (melalui saluran apa?)

TO WHOM? (kepada siapa?)

WITH WHAT EFFECT? (dengan akibat apa?)

Formula Lasswell tersebut di atas secara sederhana dapat digambarkan dalam model sebagai berikut.



Gambar 3.3.

- 1 : Komunikator analisis sumber/ kontrol
- 2 : Pesan analisis isi pesan
- 3 : Medium analisis media
- 4 : Khalayak . analisis khalayak
- 5 : Akibat analisis dampak

Model komunikasi klasik dari Lasswell ini menunjukkan bahwa pihak pengirim pesan (komunikator) pasti mempunyai suatu keinginan untuk mempengaruhi pihak penerima (komunikasi), dan karenanya komunikasi harus dipandang sebagai upaya persuasi. Setiap upaya penyampaian pesan dianggap akan menghasilkan akibat, baik positif ataupun negatif. Dan hal ini, menurut Lasswell banyak ditentukan oleh bentuk dan cara penyampaiannya. Salah satu kelemahan dari model Lasswell ini adalah tidak digambarkannya unsur feedback (umpan balik) sehingga proses komunikasi yang dijelaskan bersifat linear/searah.

C. MODEL KOMUNIKASI SIRKULER DARI OSGOOD DAN SCHRAMM

Model proses komunikasi yang digambarkan oleh Osgood dan Schramm ini terutama berlaku untuk bentuk-bentuk komunikasi antarpribadi. Dijelaskan bahwa proses komunikasi berjalan secara sirkuler, di mana masing-masing pelaku secara bergantian bertindak sebagai komunikator/ sumber dan komunikan/penerima.

Proses komunikasinya dapat digambarkan demikian. Pertama, pelaku komunikasi pertama kali mengambil inisiatif sebagai sumber/komunikator membentuk pesan (encoding) dan menyampaikannya melalui saluran komunikasi tertentu kepada lawan komunikasinya yang bertindak sebagai penerima/komunikan. Saluran komunikasi yang dipergunakan dapat bermacam-macam. Misalnya, telepon, surat, atau kalau bentuk

komunikasinya adalah percakapan langsung secara tatap muka yang menjadi salurannya adalah gelombang udara. Kedua, pihak penerima/komunikasikan kemudian setelah menerima pesan akan mengartikan (decoding) dan menginterpretasikan (interpreting) pesan yang diterimanya. Apabila Ia (penerima/komunikasikan) mempunyai tanggapan atau reaksi maka selanjutnya ia akan membentuk pesan (encoding) dan menyampaikannya kembali. Kali ini ia bertindak sebagai sumber, dan tanggapan atau reaksinya disebut sebagai umpan balik. Ketiga, pihak sumber/komunikator yang pertama sekarang bertindak sebagai penerima/komunikasikan. Ia akan mengartikan dan menginterpretasikan pesan yang diterimanya, dan kalau ada tanggapan/reaksi, kembali ia akan membentuk pesan dan menyampaikannya kembali ke pasangan komunikasinya. Demikianlah proses ini berlangsung secara terus menerus secara sirkuler. Dengan demikian, menurut model ini masing-masing pelaku komunikasi akan terlibat dalam proses pembentukan pesan (encoding), penafsiran (interpreting) pesan, serta penerimaan dan pemecahan kode pesan (decoding). Gambar mengenai model komunikasi sirkuler dan Osgood dan Schramin ini dapat dilihat dalam materi Kegiatan Belajar 1 Modul 2.

D. MODEL KOMUNIKASI GERBNER

Model komunikasi yang dikemukakan Gerbner hampir sama bentuknya dengan model Lasswell. Tapi prosesnya lebih kompleks karena melibatkan elemen-elemen komunikasi yang lebih banyak. Model komunikasi yang dibuat Gerbner ada dua, yaitu: model verbal dan model gambar.

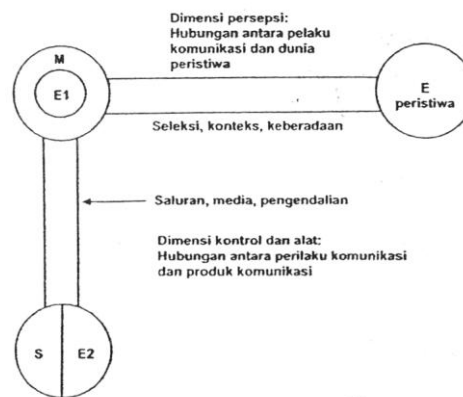
1. Model Verbal

Model komunikasi verbal yang dikembangkan Gerbner mencakup sepuluh (10) unsur sebagai berikut.

someone	komunikator dan komunikasikan persepsi
perceives an event	persepsi
and react	reaksi
in a situation	situasi fisik/psikologi/sosial
through some means	saluran/media
to make available materials	distribusi, administrasi
in some form	bentuk, struktur, pola
and context	konteks, setting
conveying content	makna pesan

of some consequence akibat, hasil

Model verbal dan Gerbner memberikan gambaran bahwa komunikasi mencakup sebelas (11) komponen: pelaku komunikasi (komunikator dan komunikan), objek peristiwa, persepsi terhadap objek peristiwa, reaksi, situasi, saluran/media, distribusi, bentuk/struktur/pola, konteks, makna isi pesan, dan akibat/hasil. Dengan demikian, komunikasi menurut Gerbner adalah suatu proses di mana seseorang (komunikator atau komunikan), mempersepsikan suatu objek peristiwa dan bereaksi dalam suatu situasi, Dengan menggunakan alat atau saluran tertentu agar sesuatu yang disampaikan itu menjadi ada, dalam bentuk dan konteks tertentu, dengan ia atau arti tertentu, dan dengan tujuan memperoleh suatu akibat atau hasil tertentu.



Gambar 3.4.

M = Manusia atau mesin

S = Bentuk

E = Peristiwa

E1 = Persepsi

E2 = Isi

Model Gambar

Model gambar yang dibuat Gerbner menjelaskan bahwa proses komunikasi diawali dengan satu tindakan pemahaman (persepsi). Meskipun proses komunikasi baru dimulai dan adanya persepsi (E1), namun persepsi tersebut tidak dapat lepas dan adanya suatu peristiwa (E). Tanpa adanya peristiwa (E), tidak akan pernah muncul persepsi (E1), dan dengan tidak munculnya persepsi (E1) maka tidak akan terjadi proses komunikasi.

Oleh karena itu, Gerbner melihat model gambar melalui dua dimensi pendekatan, yaitu pendekatan transaksional dan pendekatan psychophysical (psikologi fisik).

a. Pendekatan transaksional

E1 semata-mata dianggap sebagai fungsi asumsi, pandangan pengalaman dan faktor lain yang berkaitan dengan pengalaman si M. Seperti apa E1 bagi si M tergantung pada faktor yang ada di dalam M sendiri.

b. Pendekatan psychophysical 4?

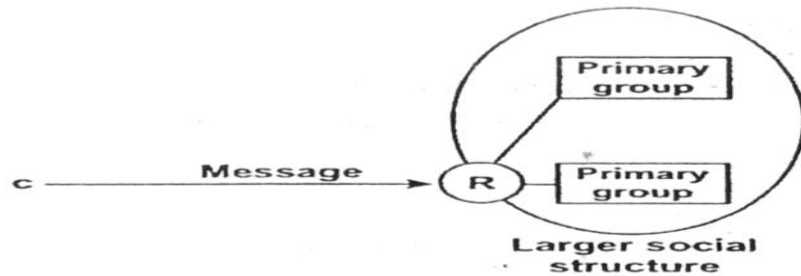
E itu sendiri merupakan faktor terpenting, yang menimbulkan persepsi yang jelas dan akurat dalam kondisi yang menguntungkan. Bagaimana pemahaman M ditentukan oleh caranya memilih, konteksnya, serta ketersediaan E.

E. MODEL KOMUNIKASI RILEY & RILEY

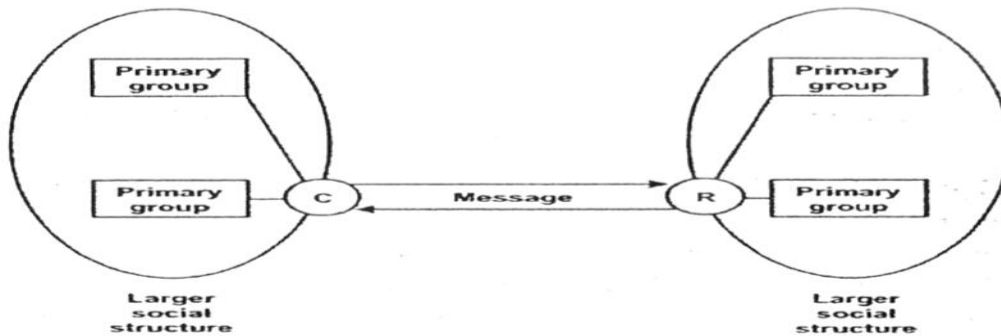
Proses komunikasi pada model-model yang terdahulu sepertinya mengasumsikan terjadinya suatu kevakuman sosial di mana pengaruh lingkungan tidak perlu dipersoalkan. Hal ini dikritik oleh John W. Riley dan Mathilda W. Riley (1959) dalam tulisannya tentang Mass Communication The Social System.

Manusia, menurut mereka, sebagai Homo Comunicas sebenarnya merupakan bagian dari suatu lingkungan atau sistem dengan struktur yang berbeda-beda. Oleh karena itu, pengamatan terhadap tingkah laku komunikasi manusia perlu dipandang secara sosiologis. Riley dan Riley mengatakan bahwa komunikan dalam menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator tidak langsung bereaksi begitu saja. Ada faktor-faktor di luar dirinya yang turut mempengaruhi dan bahkan mengendalikan aksi dan reaksinya terhadap suatu pesan yang diterimanya. Faktor-faktor yang dimaksud adalah terutama berkaitan dengan peran dan kelompok primer (misalkan keluarga) dan kelompok lainnya yang menjadi rujukan (referensi) dan si komunikan. Nilai-nilai yang berlaku pada kelompok primer dan kelompok rujukan inilah yang lazimnya mempengaruhi komunikan dalam menentukan sikap dan tindakannya. Hal ini terjadi karena umumnya orang akan selalu berusaha agar sikap dan tindakannya tidak terlalu menyimpang dan nilai-nilai kelompok di lingkungannya.

Model dan Riley dan Riley ini dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 3.5.



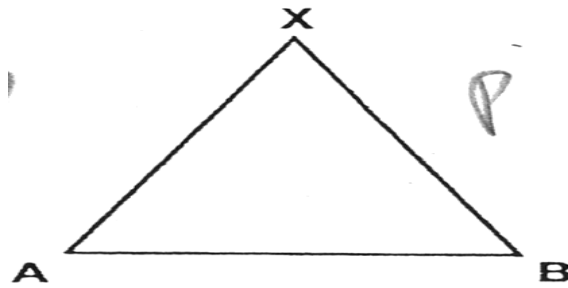
Gambar 3.6. P

F. MODEL NEWCOMB

Model komunikasi yang dikembangkan Newcomb merupakan model komunikasi antarpribadi. Melalui modelnya ini Newcomb menggambarkan tentang dinamika hubungan komunikasi antara dua individu tentang suatu objek yang dipersoalkan mereka.

Menurut model Newcomb, yang kemudian dikenal dengan sebutan “model keseimbangan”, pola komunikasi yang terjadi antara dua individu mempunyai dua bentuk apabila dua orang yang berkomunikasi tentang suatu hal/objek sama-sama mempunyai sikap menyukai atau memiliki selera yang sama terhadap hal/objek yang dibicarakan. Keadaan tidak seimbang terjadi apabila terdapat perbedaan sikap di antara kedua orang

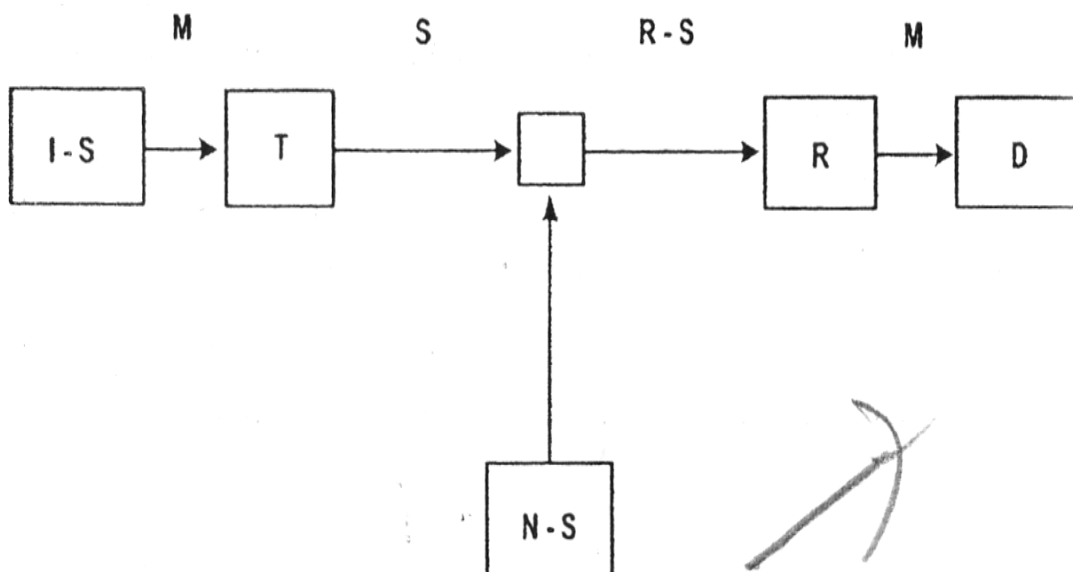
tersebut. Namun, apabila keadaan tidak seimbang ini terjadi, umumnya masing-masing pihak berupaya untuk mengurangi perbedaan sehingga keadaan ‘relatif seimbang’ biasa tercapai. Sementara kalau keadaan seimbang terjadi masing-masing pihak berusaha untuk terus mempertahankannya. Menjaga keseimbangan inilah yang menurut Newcomb merupakan hakikat utama dan komunikasi antarpribadi.



Gambar 3.7.

G. MODEL KOMUNIKASI SHANNON DAN WEAVER

Model komunikasi dan Shannon dan Weaver melibatkan tujuh (7) komponen komunikasi. Ketujuh komponen komunikasi tersebut adalah information source (sumber informasi), message (pesan), transmit (alat/saluran penyampaian), signal (tanda, sinyal), receiver (alat penerima destination (sasaran penerima pesan), noise source (sumber gangguan). Gambar proses komunikasi menurut model ini adalah sebagai berikut.



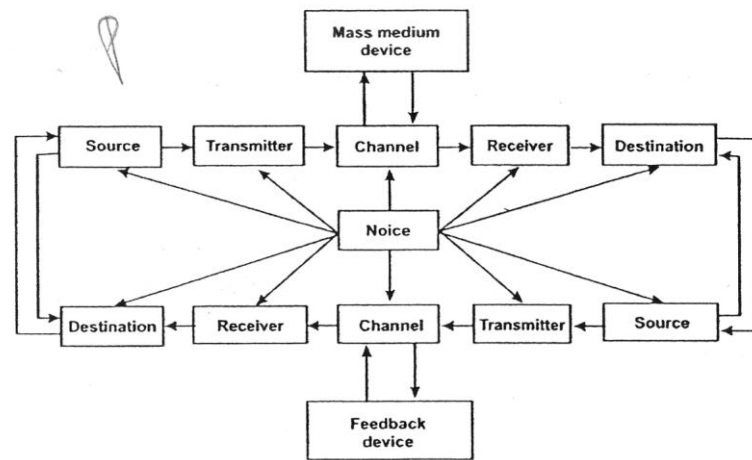
Gambar 3.8.

- I-S = Information Source (sumber informasi)
- M = Message (pesan)
- T = Transmitter (alat/saluran penyampaian)
- S = Signal (tanda, sinyal)
- R = Receiver (alat penerima)
- D = Destination (sasaran penerima pesan)
- N-S = Noise source (sumber gangguan)

Gambar model komunikasi dan Shannon dan Weaver di atas menjelaskan bahwa proses komunikasi dimulai dengan adanya suatu sumber Informasi (I-S). Sumber informasi tersebut kemudian membentuk pesan atau serangkaian pesan (M) untuk dikomunikasikan melalui alat/saluran penyampaian pesan tertentu (T). Pesan yang disampaikan tersebut berbentuk sinyal (S) atau tanda (kata-kata verbal lisan atau tertulis, gambar, dan lain-lain). Tahap berikutnya, Sinyal tersebut (R-S) diterima melalui alat penerima tertentu (R) dan menjadi pesan (M) yang diterima oleh pihak sasaran penerima (D). Dalam prakteknya, proses penyampaian pesan ini juga tidak terlepas dan adanya gangguan atau noise yang timbul dan suatu sumber gangguan (N-S). Gangguan tersebut antara lain dapat berupa gangguan fisik (gaduh, suara bising, dan lain-lain). Apabila gangguan tersebut tidak dapat diatasi maka makna atau arti pesan yang ditangkap oleh penerima (D), kemungkinan berbeda dengan makna atau arti pesan yang dimaksud oleh sumber pengirim (I-S).

H. MODEL KOMUNIKASI DEFLEUR

Model komunikasi yang dibuat oleh Melvin DeFleur pada dasarnya merupakan pengembangan dari model komunikasi yang dibuat oleh Shannon dan Weaver. Model DeFleur ini cocok untuk menggambarkan proses komunikasi melalui media massa (komunikasi massa). Di dalamnya tercakup 8 (delapan) komponen proses komunikasi massa, yaitu: source, transmitter, channel, receiver, destination, noise, mass medium device (sarana medium massa), dan feedback device (sarana penyampai umpan balik).



Gambar 3.9.

- Source : Sumber pengirim
- Transmitter : Alat pengolah informasi
- Channel : Saluran
- Receiver : Penerima
- Destination : Tujuan
- Noise : Gangguan yang terjadi
- Mass medium device : Perangkat media massa
- Feedback device : Perangkat umpan balik

Gambar model komunikasi dari DeFleur dapat dijelaskan sebagai berikut. Sumber (source) yang bermaksud mengkomunikasikan sesuatu hal kepada sasaran penerima (destination) pertama-tama akan terlibat dalam proses pengolahan atau pembentukan simbol-simbol pesan melalui transmitter, sehingga menghasilkan suatu pesan yang bermakna. Simbol-simbol pesan ini kemudian disampaikan melalui suatu saluran atau channel (medium komunikasi massa seperti surat kabar, majalah, radio, TV, dan lainlain). Pihak penerima (receiver) menerima simbol-simbol pesan tersebut melalui alat penerima tertentu. Pihak penerima dalam menerima pesan tersebut juga terlibat dalam proses pengolahan dan pengartian makna pesan dan kemudian bertindak menjadi sumber informasi (source) membentuk simbol-simbol pesan tanggapannya melalui transmitter, selanjutnya menyampaikannya kembali pesannya tersebut melalui suatu saluran medium komunikasi massa (channel) kepada pihak sasaran penerima (yakni sumber pertama yang mengirim pesan dan sekarang bertindak sebagai destination). Demikianlah proses ini terus

berlangsung secara dinamis dan berjalan secara timbal balik. Namun, dalam prakteknya proses komunikasi yang terjadi tidak bisa luput dan adanya gangguan-gangguan. Gangguan dapat timbul pada unsur pengirim, transmitter, saluran yang dipergunakan, pihak penerima atau pada pengartian makna pesan. Namun, menurut DeFleur, adanya gangguan inilah yang menyebabkan proses komunikasi yang terjadi berjalan lebih dinamis.

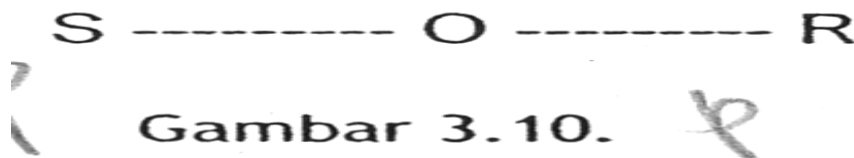
Model-model Pengaruh Komunikasi

Pada bagian sebelumnya telah dikemukakan beberapa model dasar yang menjelaskan tentang bagaimana jalannya proses komunikasi. Materi dalam bagian ini secara khusus akan difokuskan pada pembahasan mengenai model-model tentang pengaruh komunikasi, khususnya dalam konteks komunikasi massa.

Terdapat banyak model yang menjelaskan tentang proses dan pengaruh komunikasi massa. Empat di antaranya yang akan dibahas dalam bagian ini adalah model stimulus-response dari DeFleur, model “pengaruh psikologi televisi” dan Comstock, model “komunikasi dua tahap” dari Katz dan Lazarsfeld, dan model “spiral keheningan” (the spiral of silence) dari Noelle. Neumann.

A. MODEL STIMULUS-RESPONSE

Model Stimulus-Response (Rangsangan-Tanggapan), atau lebih popul dengan sebutan model S-R menjelaskan tentang pengaruh yang terjadi pada pihak penerima (receiver) sebagai akibat dari komunikasi. Menurut model ini, dampak atau pengaruh yang terjadi pada pihak penerima, pada dasarnya) merupakan suatu reaksi tertentu dan “stimulus” (nangsangan) tertent Dengan demikian, besar kecilnya pengaruh serta dalam bentuk apa pengar tersebut terjadi, tergantung pada isi dan penyajian stimulus. Model S-R dapat digambarkan sebagai berikut.



Sebagaimana terlihat dalam gambar di atas, model ini memberikan gambaran tentang tiga (3) elemen penting: Stimulus (S), yakni pesan Organisme (O), dalam hal ini pihak penerima (receiver); dan Response (I yakni akibat atau pengaruh yang terjadi).

Model S-R ini ada kaitannya dengan asumsi dan model “jarum suntik yang berpandangan bahwa media massa mempunyai pengaruh langsung kepada khalayaknya. Isi media massa diibaratkan sebagai jarum yang disuntikkan ke tubuh khalayak sehingga menghasilkan pengaruh yang sesuai dengan isinya. Dalam dunia kedokteran kita mengetahui bahwa apabila seorang pasien disuntik obat tidur, ia akan tidur. Asumsi mengenai kekuatan pengaruh dari media massa ini didasarkan atas pemikiran bahwa masyarakat, ibarat atom-atom sosial merupakan sekumpulan individu-individu yang terpisah-pisah dan bertingkah laku sesuai keinginannya masing-masing. Dalam masyarakat yang otomatis demikian, kendala-kendala sosial jarang terjadi dan pengaruh dan ikatan-ikatan sosial sangat kecil.

Model S-R ini kemudian banyak dikritik karena masyarakat dalam menerima pesan dan media massa dipandang tidak bersikap dan bertindak pasif, melainkan aktif dan selektif. Atas dasar hal tersebut DeFleur kemudian melakukan modifikasi terhadap model S-R. Menurut DeFleur, penerimaan khalayak atas berbagai stimulus yang disampaikan melalui media massa berbeda antara satu orang dengan orang lainnya. Karena, setiap orang mempunyai karakteristik personalitas sendiri-sendiri. Hal ini berarti, bahwa pengaruh yang terjadi, tidak semata-mata diakibatkan oleh adanya stimulus, (tetapi juga ditentukan oleh faktor-faktor personalitas. Dengan kata lain, meskipun pesan (stimulus) yang disampaikan media massa sama, namun akibat yang terjadi di kalangan khalayak akan berbeda antara satu orang dengan yang lainnya. Sebagai contoh: Si A dan si B, sama-sama menonton TV yang menayangkan acara lawak. Si A merasa terhibur dan tertawa tergelak-gelak karena merasa lucu. Sementara si B, diam saja karena lawakan yang disajikan baginya tidak menimbulkan rasa lucu.

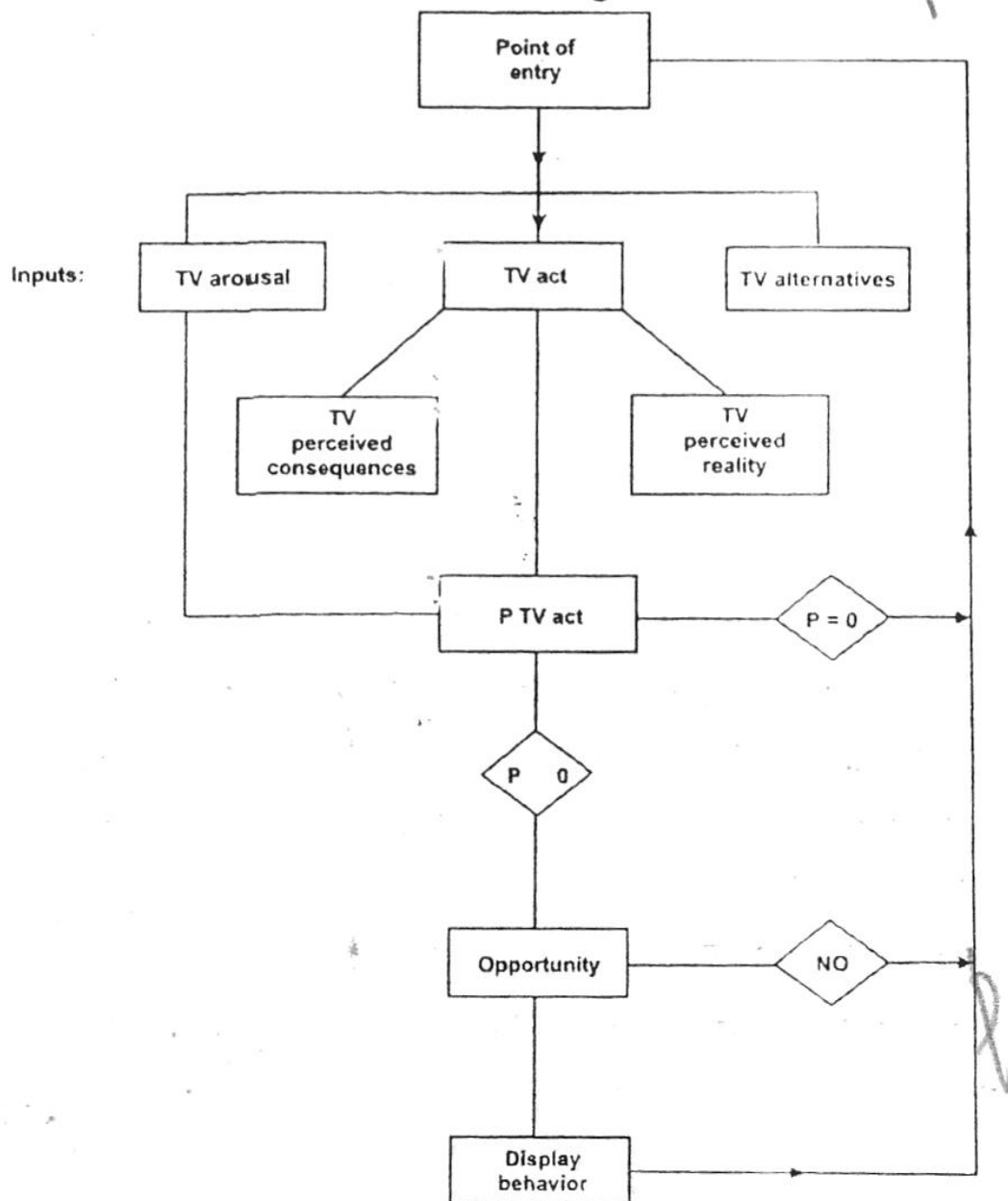
B. MODEL PENGARUH PSIKOLOGIS TV DARI COMSTOCK

Model yang dibuat oleh Comstock ini secara khusus mengungkapkan tentang pengaruh televisi (TV) terhadap tingkah laku seseorang menurut model ini, TV dapat disejajarkan dengan pengalaman, tindakan atau observasi perorangan yang dapat menimbulkan konsekuensi terhadap pemahaman ataupun tingkah laku. Dengan demikian, TV tidak hanya dipandang mampu mengajarkan tingkah laku, tetapi juga mampu bertindak

sebagai stimulus (rangsangan) untuk membangkitkan tingkah laku yang telah dipelajari dan sumber-sumber lain.

Gambaran mengenai proses pengaruh TV menurut model ini (lihat Gambar 3.11) adalah sebagai berikut: Apabila seseorang menonton suatu acara TV yang menggambarkan suatu tingkah laku tertentu maka ia akan mendapatkan masukan-masukan (input) yang berkaitan dengan tingkah laku tersebut. Masukan utama adalah gambaran mengenai aksi tertentu (TV act). Masukan-masukan lainnya mencakup tingkat kesenangan, getaran yang ditimbulkan dalam diri penonton (arousal), daya tarik (attractiveness), minat atau kepentingan (interest) dan motivasi (motivation) untuk bertindak sesuai dengan apa yang disajikan dalam acara TV tersebut (semuanya ini secara kolektif disebut sebagai TV arousal), serta aksi-aksi alternatif atau bentuk-bentuk tingkah laku lainnya yang ditayangkan TV dalam konteks yang sama. Di samping itu ada dua faktor lainnya yang menjadi masukan, yakni: persepsi mengenai akibat sebagaimana digambarkan dalam TV (TV perceived consequences), dan persepsi mengenai realitas dan apa yang digambarkan dalam TV (TV perceived reality).

Proporsi utama dan model ini adalah: Suatu gambaran mengenai tingkah laku yang disampaikan TV akan mendorong khalayak untuk cenderung mempelajarinya. Semakin menonjol atau dianggap penting (secara psikologis) gambaran tingkah laku tersebut oleh seseorang, semakin kuat getaran-getaran yang muncul (arousal), dan semakin kuat pengaruhnya terhadap pembentukan tingkah laku dan orang tersebut) Gambar model pengaruh TV dan Comstock ini adalah sebagai berikut.



Gambar 3.11

Input: Masukan-masukan berupa pesan-pesan dan atribut-atribut yang menyertainya.

TV arousal : Getaran yang merangsang munculnya motivasi penonton untuk meniru/melakukan tingkah laku yang digambarkan dalam TV.

TVperceived consequences: Persepsi mengenai akibat dan tingkah laku sebagaimana digambarkan dalam TV.

TV perceived reality : Persepsi mengenai realitas dan tingkah laku yang digambarkan dalam TV.

TV alternatives : Tingkah laku sosial lainnya yang digambarkan TV.

act : Kemungkinan ditirunya tingkah laku yang digambarkan dalam TV.

Uppportunity : Kesempatan atau peluang untuk melakukan tingkah laku yang digambarkan dalam TV dalam kehidupan sehari-hari.

Display behaviour : Penampilan tingkah laku sosial sebagaimana digambarkan melalui TV dalam kehidupan sehari-hari.

II - 0 : Kemungkinan tidak ada (no).

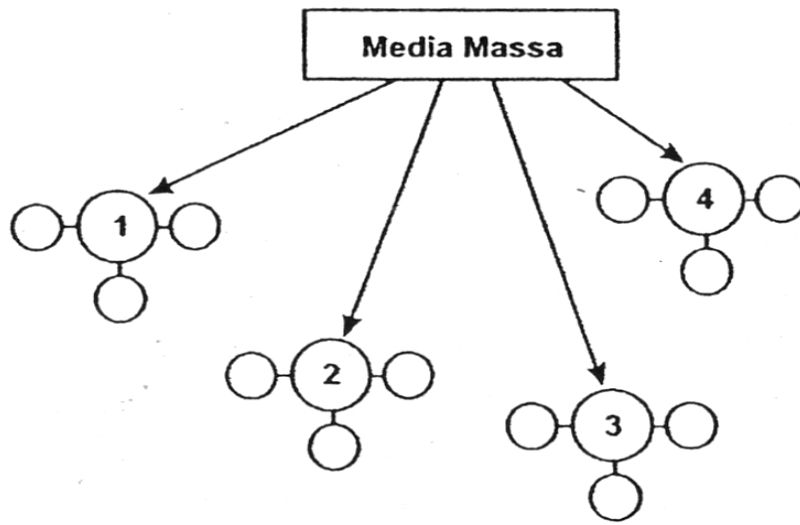
P 0 Kemungkinan ada.

NO Kesempatan atau peluang tida)yda.

Point of entry : Titik masuk (jalur masuk).

C. MODEL KOMUNIKASI DUA TAHAP

Model dari Katz dan Lazarsfeld lazim disebut dengan two step flow model of communication (model komunikasi bertahap dua), menjelaskan tentang proses pengaruh penyebaran informasi melalui media massa kepada khalayak. Menurut model ini, penyebaran dan pengaruh informasi yang disampaikan melalui media massa kepada khalayaknya tidak terjadi secara langsung (satu tahap), melainkan melalui perantara seperti misalnya “pemuka pendapat” (opinion leaders). Dengan demikian proses pengaruh penyebaran informasi melalui media massa terjadi dalam dua tahap: pertama, informasi mengalir dan media massa ke pana pemuka pendapat; kedua, dan pemuka pendapat ke sejumlah orang yang menjadi pengikutnya.odeI ini dapat digambarkan demikian.



Gambar 3.12.

hubungan dengan pemuka

Keterangan Gambar 3.12:

1,2,3,4 Pemuka pendapat

0 = Para individu yang mempunyai pendapat

Asumsi-asumsi yang melatarbelakangi model komunikasi dua tahap ini adalah:

1. Warga masyarakat pada dasarnya tidak hidup secara terisolasi, melainkan aktif berinteraksi satu sama lainnya, dan menjadi anggota dari satu atau beberapa kelompok sosial.
2. Tanggapan dan reaksi terhadap pesan-pesan media massa tidak terjadi secara langsung dan segera, tetapi melalui perantara yakni hubungan-hubungan sosial.
3. Para pemuka pendapat umumnya merupakan sekelompok orang yang aktif menggunakan media massa serta berperan sebagai sumber dan rujukan informasi yang berpengaruh.

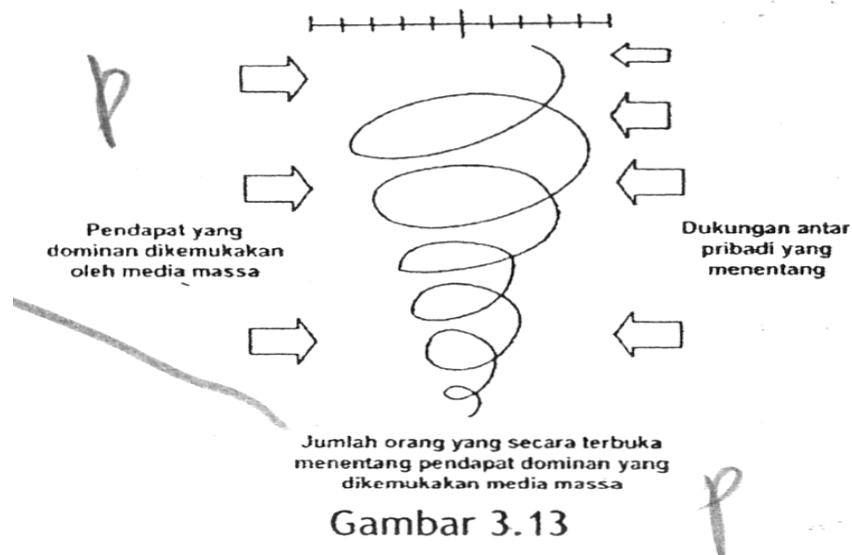
Studi-studi yang pernah dilakukan menunjukkan bahwa di kebanyakan negara berkembang (termasuk Indonesia), proses penyebaran informasi melalui media massa ke khalayak luas memang cenderung mengikuti pola “komunikasi dua tahap”. Namun, dalam perkembangan selanjutnya, para ahli menemukan bahwa terdapat variasi dalam proses

penyebaran informasi. Pola penyebaran informasi tidak selamanya berjalan secara dua tahap, tetapi dapat juga hanya satu tahap, atau lebih dan dua tahap, tergantung dan kondisi individu khalayaknya. Model ini kemudian disebut sebagai multi step flow communications atau komunikasi banyak tahap (Schramm, 1973).

Bagi kebanyakan orang di kota-kota besar dan berlatar belakang sosial dan ekonomi relatif tinggi, penyebaran informasi dan media massa kepada mereka umumnya berjalan secara langsung (satu tahap). Sementara bagi orang-orang yang berada di daerah pedesaan dengan latar belakang sosial dan ekonomi yang relatif rendah, proses penyebaran informasi dan media massa tidak berjalan secara langsung, tetapi mengalami beberapa tahap. Misalnya dari media massa, kepada teman dan tetangga yang punya akses terhadap media, baru kepada dirinya, kemudian dikonfirmasi kepada pemuka pendapat. Atau, dan media massa, ke pemuka pendapat, kepada teman atau tetangga, baru ke dirinya. Dengan demikian, dalam hal pengaruh penyebaran informasi melalui media massa banyak faktor yang menjadi “perantara” (intervening variables).

D. MODEL SPIRAL KEHENINGAN

Model spiral keheningan (the spiral of silence) yang dikemukakan oleh Elisabeth Noelle-Neumann (1974), juga menjelaskan tentang dampak penyebaran informasi melalui media massa: menurut model ini, besar kecilnya pengaruh media massa tergantung ada interaksi antara media massa, komunikasi antarpribadi, dan persepsi seseorang mengenai pendapat dirinya dikaitkan dengan pendapat orang lain yang ada di lingkungan masyarakat sekitarnya. Gambar mengenai model ini adalah sebagai berikut.



Gambar 3.13

Asumsi dari model ini, sebagaimana terlihat dalam gambar di atas, adalah bahwa semakin sering media massa mengemukakan pendapat yang dominan di kalangan masyarakat, semakin memudar atau melemah pendapat-pendapat di kalangan masyarakat yang menentang pendapat dominan tersebut. Jumlah orang yang secara terbuka menentang pendapat dominan yang dikemukakan media massa akan semakin mengecil. Dengan kata lain, suara-suara yang menentang akan semakin hening. Asumsi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa pada dasarnya, kebanyakan orang dalam masyarakat cenderung tidak mau mengisolasi diri dari lingkungan masyarakat di sekitarnya. Oleh karena itu, biarpun seseorang mempunyai sikap atau pendapat yang berlainan ia akan berusaha untuk tidak menentang secara terbuka terhadap sikap dan pendapat orang-orang lain di lingkungan sekitarnya.