

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### A. Kajian Pustaka

##### 1. Ilmu Komunikasi

###### a. Pengertian Ilmu Komunikasi

Sebelum mengarah pada pengertian ilmu komunikasi, terlebih dahulu akan dijelaskan pengertian komunikasi. Pengertian ilmu komunikasi sangat beragam, dari setiap pengertian yang diberikan oleh para ahli komunikasi, masing-masing pengertian memiliki penekanan masing-masing. Namun dari sekian banyak pengertian, terdapat 15 komponen konseptual pokok, yaitu:

###### 1) Symbol/verbal/ujaran

“Communications is the process by which an individual transmit stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of another individuals”. (Komunikasi merupakan proses seorang individu menyampaikan stimulus/rangsangan [biasanya berupa simbol verbal] untuk mengubah tingkah laku dari orang lain)<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Carl I. Hoveland dalam Mohammad Zamroni, *Filsafat Komunikasi Pengantar Ontologis Epistemologis Aksiologis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009) hlm. 4.

## 2) Pengertian/pemahaman

Komunikasi adalah suatu proses dengan mana seseorang bisa memahami dan dipahami oleh orang lain. Komunikasi merupakan proses yang dinamis dan secara konstan berubah sesuai dengan situasi yang berlaku.<sup>2</sup>

## 3) Interaksi/hubungan/proses sosial

Interaksi, juga dalam tingkatan biologis, adalah salah satu perwujudan komunikasi, karena tanpa komunikasi tindakan-tindakan kebersamaan tidak akan terjadi.<sup>3</sup>

## 4) Pengurangan rasa ketidakpastian

Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego.<sup>4</sup>

## 5) Proses

Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain, melalui penggunaan symbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> Anderson dalam Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*..... hlm. 19.

<sup>3</sup> Mead dalam Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* ..... hlm. 19.

<sup>4</sup> Barnlund dalam Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* ..... hlm. 19.

<sup>5</sup> Berelson dan Steiner dalam Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* ..... hlm. 20.

#### 6) Pengalihan/penyampaian/pertukaran

Penggunaan kata komunikasi tampaknya menunjuk kepada adanya sesuatu yang dialihkan dari suatu benda atau orang ke benda atau orang lainnya. Kata komunikasi kadang-kadang menunjuk kepada apa yang dialihkan, alat apa yang dipakai sebagai saluran pengalihan, atau menunjuk kepada keseluruhan proses upaya pengalihan. Dalam banyak kasus, apa yang dialihkan itu kemudian menjadi milik atau bagian bersama. Oleh karena itu komunikasi juga menuntut adanya partisipasi.<sup>6</sup>

#### 7) Menghubungkan/menggabungkan

Komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dalam kehidupan dengan kehidupan yang lainnya.<sup>7</sup>

#### 8) Kebersamaan

Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki dua orang atau lebih.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Ayer dalam Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* ..... Hlm. 20.

<sup>7</sup> Ruesch dalam Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* ..... Hlm. 20.

<sup>8</sup> Gode dalam Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* ..... Hlm. 20.

### 9) Saluran/alat/jalur

Komunikasi adalah alat pengiriman pesan-pesan perintah/order, dan lain-lain, seperti telegraf, telepon, radio, kurir, dan lain-lain.<sup>9</sup>

### 10) Replikasi memori

Komunikasi adalah proses yang mengarahkan perhatian seseorang dengan tujuan mereplikasi memori.<sup>10</sup>

### 11) Tanggapan diskriminatif

Komunikasi adalah tanggapan diskriminatif dari suatu organism terhadap suatu stimulus.<sup>11</sup>

### 12) Stimuli

Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai penyampaian informasi yang berisikan stimulus diskriminatif, dari suatu sumber terhadap penerima.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> American College Dictionary dalam Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* ..... Hlm. 20.

<sup>10</sup> Cartier dan Harwood dalam Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* ..... Hlm. 20.

<sup>11</sup> Stevens dalam Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* ..... Hlm. 20.

<sup>12</sup> Newcomb dalam Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* ..... hlm. 21.

## 13) Tujuan/kesengajaan

Komunikasi pada dasarnya penyampaian pesan yang disengaja dari sumber terhadap penerima dengan tujuan mempengaruhi tingkah laku pihak penerima.<sup>13</sup>

## 14) Waktu/situasi

Prose komunikasi merupakan suatu transisi dari suatu keseluruhan struktur situasi ke situasi yang lain sesuai pola yang diinginkan.<sup>14</sup>

## 15) Kekuasaan/kekuatan

Komunikasi adalah suatu mekanisme yang menimbulkan kekuatan/kekuasaan.<sup>15</sup>

Bahkan menurut James Robins dan Barbara Jones menyatakan bahwa, semua organisasi, tidak peduli bagaimana bentuk dan tujuannya, ditopang, disatukan, dan melaksanakan fungsinya melalui proses komunikasi. Komunikasi adalah saluran untuk melakukan dan menerima pengaruh, mekanisme perubahan, alat untuk mendorong dan mempertinggi motivasi serta pranata dan sarana yang memungkinkan suatu organisasi mencapai tujuannya. Tanpa komunikasi takkan ada interaksi antarpersonal, tak ada kelompok, tak

---

<sup>13</sup> Miller dalam Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* ..... Hlm. 21.

<sup>14</sup> Sondel dalam Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* ..... Hlm. 21.

<sup>15</sup> Schacter dalam Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* ..... Hlm. 21.

ada pemerintahan, bahkan tak ka nada suatu masyarakat seperti dewasa ini. Tanpa komunikasi, kekacauanlah yang merajalela.<sup>16</sup>

Dari sekian banyak pengertian yang diutarakan oleh para ahli komunikasi dengan penekanan di masing-masing pengertian, maka dapat disimpulkan bahwa ilmu komunikasi merupakan suatu pengamatan terhadap produksi, proses, dan pengaruh dari sistem-sistem tanda dan lambang melalui pengembangan teori-teori yang dapat diuji dan digeneralisasikan dengan tujuan menjelaskan fenomena yang berkaitan dengan produksi, proses, dan pengaruh dari sistem-sistem tanda dan lambang.<sup>17</sup>

#### **b. Unsur-unsur Komunikasi**

Menurut Deddy Mulyana, dalam ilmu komunikasi terdapat lima unsur-unsur yang saling bergantung sama lain, yaitu:<sup>18</sup>

- 1) Sumber (*source*), sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator (*communicator*), pembicara (*speaker*), atau *originator*. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau bahkan

---

<sup>16</sup> James Robbins dan Barbara S. Jones, *Effective Communication for Today's Manager* Terj. R. Turman Sirait (Jakarta: CV Tulus Jaya, 1982) hlm. 15.

<sup>17</sup> Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994) hlm. 10.

<sup>18</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009) hlm. 69-71.

suatu negara. Untuk menyampaikan apa yang ada dalam hatinya (perasaan) atau dalam kepalanya (pikiran), sumber harus mengubah perasaan atau pikirannya tersebut ke dalam seperangkat symbol verbal maupun non verbal yang idealnya dipahami oleh si penerima pesan. Proses inilah yang disebut dengan *encoding*/penyandian. Pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola piker, dan perasaan sumber mempengaruhi sumber dalam merumuskan pesan.

- 2) Pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat symbol verbal dan non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. Pesan memiliki tiga komponen, yaitu: makna, symbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan. Simbol terpenting adalah kata-kata (bahasa), yang dapat merepresentasikan benda, gagasan, dan perasaan, baik ucapan (percakapan, wawancara, diskusi, ceramah) ataupun tulisan (surat, esai, artikel, novel, puisi, famflet). Kata-kata memungkinkan seseorang berbagi pikiran dengan orang lain.
- 3) Saluran atau media, yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran boleh merujuk pada bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima, berbentuk verbal atau non verbal. Pada dasarnya komunikasi manusia menggunakan dua saluran, yakni cahaya dan

suara, meskipun juga bisa seseorang menggunakan kelima indera untuk menerima pesan dari komunikator.

Saluran juga merujuk pada cara penyajian pesan, apakah melalui tatap muka, atau lewat media cetak, atau media elektronik, semua itu bisa dikategorikan sebagai saluran dalam komunikasi. Pengirim akan memilih saluran bergantung pada situasi, tujuan yang hendak dicapai, dan jumlah penerima pesan yang dihadapi.

- 4) Penerima (*receiver*), sering juga disebut sasaran/tujuan (*destination*), penyandi balik (*decoder*), atau khalayak (*audience*), pendengar (*listener*), penafsir (*interpreter*), yakni orang yang menerima pesan dari sumber. Berdasarkan pengamatan masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir, dan perasaan, penerima pesan menerjemahkan atau menafsirkan seperangkat symbol verbal maupun non verbal yang ia terima menjadi gagasan yang dapat ia pahami. Proses ini disebut penyandian balik (*decoding*).
- 5) Efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan, terhibur, perubahan sikap, perubahan keyakinan, perubahan perilaku, dan sebagainya.

Unsur-unsur di atas merupakan unsur pokok yang ada dalam proses komunikasi, namun ada unsur lain yang mungkin saja



ditambahkan seperti: umpan balik (*feed back*), gangguan/kendala komunikasi (*noise*), dan konteks atau situasi komunikasi.

## **2. Komunikasi Publik**

### **a. Pengertian Komunikasi Publik**

Komunikasi publik adalah pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berada dalam sebuah organisasi atau yang di luar organisasi, secara tatap muka atau melalui media.<sup>19</sup>

Pengertian lain mengatakan bahwa komunikasi publik merupakan suatu komunikasi yang dilakukan di depan banyak orang. Dalam komunikasi publik pesan yang disampaikan dapat berupa suatu informasi, ajakan, gagasan. Sarananya, bisa media massa, bisa pula melalui orasi pada rapat umum atau aksi demonstrasi, blog, situs jejaring sosial, kolom komentar di website/blog, e-mail, milis, SMS, surat, surat pembaca, reklame, spanduk, atau apa pun yang bisa menjangkau publik. Yang pasti, Komunikasi Publik memerlukan keterampilan komunikasi lisan dan tulisan agar pesan dapat disampaikan secara efektif dan efisien. Komunikasi publik sering juga disebut dengan komunikasi massa. Namun, komunikasi publik memiliki makna yang lebih luas dibanding dengan komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan komunikasi yang lebih spesifik, yaitu

---

<sup>19</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumu Aksara, 2008) hlm. 7.

suatu komunikasi yang menggunakan suatu media dalam menyampaikan pesannya.<sup>20</sup>

#### **b. Karakteristik Komunikasi Publik**

Ciri-ciri komunikasi public yang membedakan dengan komunikasi yang lainnya adalah:

1) Satu pihak (pendengar ) cenderung lebih pasif.

Dalam khotbah Jumat, jamaah merupakan pendengar yang sifatnya pasif yang hanya menerima pesan dari komunikator/khotib.

2) Interaksi antara sumber dan penerima terbatas.

Dalam khotbah Jumat, khotib dan jamaah tidak dapat melakukan interaksi yang lebih intens lebih dari sekedar sebagai *speaker* dan *listener*.

3) Umpan balik yang diberikan terbatas.

Dalam khotbah Jumat, umpan balik yang diberikan oleh jamaah tidak sekompleks umpan balik yang diberikan dalam komunikasi interpersonal, dalam khotbah Jumat jamaah dilarang berbicara sehingga hal tersebut membuat jamaah tidak dapat memberikan umpan balik yang banyak.

---

<sup>20</sup> Richard West, *Pengantar Teori Komunikasi : Teori dan Aplikasi* (Jakarta : Salemba Humanika, 2008) hlm. 5.

- 4) Dilakukan di tempat umum seperti di kelas, auditorium, tempat ibadah.

Khotbah Jumat dilakukan di tempat public berupa masjid sebagai tempat ibadah umat Islam.

- 5) Dihadiri oleh sejumlah besar orang.

Khotbah Jumat di masjid al-Muqimin dihadiri oleh banyak orang.

- 6) Biasanya telah direncanakan.

Khotbah Jumat merupakan agenda yang telah direncanakan sebelumnya, sebagai ibadah rutin yang dilaksanakan setiap hari Jumat.

- 7) Sering bertujuan untuk memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan dan membujuk.

Khotbah Jumat memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman, serta pengetahuan.

### **c. Penyampaian Komunikasi Publik**

Persiapan komunikasi publik yang baik hendaklah diikuti dengan cara penyampaian yang baik sehingga memungkinkan komunikasi itu efektif. Kualitas penyampaian komunikasi publik ditentukan oleh pesan yang sengaja dimaksudkan dan juga oleh pesan

yang tidak sengaja disampaikan. Pembicara bertanggung jawab memberikan presentasi yang berharga dalam arena itu bertanggung jawab untuk menyampaikan seefektif mungkin. Untuk menyampaikan presentasi lisan dengan baik perlu diperhatikan beberapa hal seperti berikut:

#### 1) Kontak Mata

Kontak mata adalah teknik komunikasi nonverbal yang sangat membantu si pembicara dalam menjelaskan idenya kepada pendengar. Di samping mempunyai kekuasaan yang membujuk, kontak mata juga membantu untuk menjaga perhatian pendengar. Seorang pembicara yang berhasil harus menjaga kontak mata dengan pendengarnya. Untuk mendapatkan hubungan dengan pendengar si pembicara harus menjaga kontak mata langsung dengan pendengar kira-kira 75% dari waktu persentasinya. Kontak mata dengan pendengar membantu si pembicara mengetahui dan memonitor pendengar dan merupakan balikan bagi si pembicara mengenai pesan yang disampaikan.

#### 2) Vokalik

Kecepatan berbicara, nada dan irama suara, serta penekanan pada kata-kata tertentu perlu diperhatikan dalam komunikasi publik. Komunikasi publik yang disampaikan dengan suara yang jelas dan enak didengar dapat memukau pendengar. Tetapi sebaliknya komunikasi publik yang disampaikan dengan suara yang tidak

bervariasi, monoton akan membosankan para pendengarnya, sehingga mengurangi perhatian pendengar.

### 3) Ketepatan

Seringkali suatu komunikasi publik disampaikan dalam situasi informal atau dalam suasana pendengar rileks, maka penyampaian komunikasi publik hendaknya disesuaikan dengan situasi tersebut. Begitu juga sebaliknya, bila kondisi formal maka cara penyampaian komunikasi publik juga bersifat formal. Di samping mempertimbangkan kondisi dan topik pembicaraan, juga dipertimbangkan apa yang diharapkan si pendengar untuk didengar.

### 4) Perencanaan

Kunci strategi yang terbaik adalah perencanaan. Oleh karena itu sebelum penyampaian komunikasi publik, si pembicara terlebih dahulu telah membuat perencanaan yang matang. Pilihan topik pembicaraan yang cocok untuk diberikan pada pendengar dengan berdasarkan analisis pendengar. Persiapkan materi yang diperlukan dan rencanakan bagaimana strategi penyampaian yang cocok dengan pendengar.

## **B. Kajian Teori**

Model komunikasi *one way communication* (komunikasi satu arah) didasari paradigma stimulus-respons. Menurut paradigma ini, komunikan akan memberikan respons sesuai stimulus yang diterimanya. Komunikan adalah makhluk pasif, menerima apapun yang disampaikan komunikator

kepadanya. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pasif menerima pesan, pesan berlangsung searah dan relatif tanpa umpan balik, karena itu disebut linear.

Terdapat beberapa asumsi retorika yang dikemukakan oleh Aristoteles agar komunikasi satu arah yang dibangun menjadi komunikasi yang efektif, yaitu<sup>21</sup>:

1. Pembicara yang efektif harus mempertimbangkan khlayak mereka. Asumsi ini menekankan bahwa hubungan antara pembicara dengan khalayak harus dipertimbangkan. Para pembicara tidak boleh menyusun atau menyampaikan pidato mereka tanpa mempertimbangkan khalayaknya, tetapi mereka harus berpusat pada khalayak. Dalam hal ini, khalayak dianggap sebagai sekelompok besar orang yang memiliki motivasi, keputusan, dan pilihan dan bukannya sebagai sekelompok besar orang yang homogeny dan serupa. Asumsi ini menggarisbawahi definisi komunikasi sebagai sebuah proses transaksional. Agar suatu pidato efektif harus dilakukan analisis khalayak (*audience analysis*), yang merupakan proses mengevaluasi suatu khalayak dan latar belakangnya dan menyusun pidatonya sedemikian rupa sehingga para pendengar memberikan respon sebagaimana yang diharapkan pembicara.

---

<sup>21</sup> Gentasri Anwar, *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato* (Jakarta: Rineka Cipta, 2005) hlm. 24.

2. Pembicara yang efektif menggunakan beberapa bukti dalam presentasi mereka. Asumsi ini berkaitan dengan apa yang dilakukan pembicara dalam persiapan pidato mereka dan dalam pembuatan pidato tersebut. Bukti-bukti yang dimaksudkan ini merujuk pada cara-cara persuasi yaitu: ethos, pathos dan logos. Ethos adalah karakter, intelegensi, dan niat baik yang dipersepsikan dari seorang pembicara. Logos adalah bukti logis atau penggunaan argument dan bukti dalam sebuah pidato. Pathos adalah bukti emosional atau emosi yang dimunculkan dari para anggota khalayak.

Dalam penyampaian pesan di dalam komunikasi public sangat rentan terhadap *noise* (gangguan), hal itu disebabkan karena komunikasi public cenderung berbentuk komunikasi satu arah (*one way communication*). Terdapat beberapa jenis gangguan (*noise*) di dalam komunikasi public, yaitu:<sup>22</sup>

1. Gangguan Mekanik

Gangguan fisik merupakan gangguan yang disebabkan oleh adanya suara atau kebisingan lain di sekitar tempat pengiriman pesan, seperti adanya desingan suara mobil atau radio.

---

<sup>22</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1996) hlm. 74.

## 2. Gangguan Personal (personnel noise)

Gangguan personal yaitu bersangkutan dengan kondisi fisik komunikan atau komunikator yang sedang kelelahan, rasa lapar, atau sedang mengantuk. Juga kondisi psikologis, misalnya tidak ada minat, bosan, dan sebagainya.

## 3. Masalah Semantik

Gangguan semantik merupakan gangguan yang disebabkan oleh adanya perbedaan makna yang dipahami oleh sumber dan penerima. Biasa terjadi pada istilah-istilah, simbol-simbol, jargon atau rumit.

Masalah semantik bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Lebih banyak kecacauan penggunaan bahasa, pengertian suatu istilah atau konsep terdapat perbedaan antara komunikator dengan komunikan.

## 4. Perbedaan Budaya

Perbedaan budaya antara komunikator dengan komunikan akan membuat pesan yang disampaikan tidak seimbang dengan kebudayaan komunikator dengan komunikan, hal tersebut akan membuat pesan kurang efektif.



## 5. Ketiadaan *Feedback*

Dalam komunikasi publik, tidak ada timbal balik dari komunikan kepada komunikator, hal tersebut akan membuat komunikan merasa bosan dengan keadaan komunikasi yang ada.

Terdapat beberapa model komunikasi satu arah, yaitu:

### 1. Model Aristoteles

Model ini merupakan model yang paling klasik dalam ilmu komunikasi. Bisa juga disebut sebagai model retorikal. Model ini membuat rumusan tentang model komunikasi verbal yang pertama. Komunikasi terjadi saat pembicara menyampaikan pesannya kepada khalayak dengan tujuan mengubah perilaku mereka. Menurut Aristoteles, pengaruh dapat dicapai oleh seseorang yang dipercaya oleh publik, alasan, dan juga dengan memainkan emosi publik. Tapi model ini juga memiliki banyak kelemahan. Kelemahan yang pertama adalah, komunikasi dianggap sebagai fenomena yang statis. Kelemahan yang kedua adalah, model ini tidak memperhitungkan komunikasi non verbal dalam mempengaruhi orang lain.

Meskipun model ini mempunyai banyak kelemahan, tapi model ini nantinya akan menjadi inspirasi bagi para ilmuwan komunikasi untuk mengembangkan model komunikasi modern.

Model ini mengajukan 3 unsur komunikasi utama yang disebut pembicara (speaker), pesan (message), dan pendengar (listener). Model ini lebih berorientasi pada pidato. Terutama pidato untuk mempengaruhi orang lain. Selain itu terdapat unsur lain yang disebut setting yaitu suasana lingkungan yang perlu diciptakan agar komunikasi berlangsung efektif. Menurut Aristoteles, untuk berhasil dalam komunikasi public, maka terdapat 3 unsur utama yang harus diperhatikan, yaitu ethos (kredibilitas komunikator), logos (rutun logika argumentasi pesan yang anda sampaikan), pathos (kemampuan memainkan emosi).

## 2. Model Laswell

Diluncurkan pada 1948, model yang merupakan formula sederhana ini umumnya digunakan untuk mengkaji masalah komunikasi massa. Laswell sendiri menggunakan formulanya untuk menunjukkan jenis riset dalam bidang komunikasi politik dan propaganda. Karena menganggap model ini terlalu sederhana, banyak yang mengembangkan formula Laswell.

Teori komunikasi yang dianggap paling awal (1948). Lasswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan : Who says in which channel to whom with what effect (Siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa). Menurut Laswell unsur-

unsur dasar, walau dengan penjabaran dan interpretasi yang tidak persis sama yaitu komunikator (who), pesan (says what), saluran komunikasi ( in which channel), komunikan ( to whom), dan efek komunikasi (with what effect).

Adapun fungsi komunikasi menurut Lasswell adalah sebagai berikut :

- a. The surveillance of the environment (pengamatan lingkungan)
- b. The correlation of the parts of society in responding to the environment (korelasi kelompok-kelompok dalam masyarakat ketika menanggapi lingkungan).
- c. The transmission of the social heritage from one generation to the next (transmisi warisan sosial dari generasi yang satu ke generasi yang lain).

### 3. Model Braddock

Dalam hal ini Braddock menambahkan tiga hal yang ada hubungannya dengan tindak komunikasi yaitu: (1) situasi ini dimana sebuah pesan dikirimkan, (2) Apa tujuan komunikator menyatakan sesuatu. (3) Apa efek yang terjadi.

#### 4. Model Shannon-Weaver

Model ini dibuat oleh ahli matematik Claude Shannon diakhir 1949, disebut juga model matematis atau model teori informasi. Model ini menggambarkan komunikasi sebagai suatu proses linear satu arah. Elemen pertama adalah sumber informasi (information source), menghasilkan pesan (message), yang oleh pemancar (transmitter) diubah menjadi signal. Ketidakmampuan komunikator untuk menyadari bahwa pesan yang dikirim tidak selalu identik dengan pesan yang diterima merupakan salah satu alasan mengapa komunikasi gagal.

Kemudian ada juga “The Mathematical Theory of Communication” (Teori Matematika Komunikasi). Teori matematika ini acapkali disebut model Shannon dan Weaver, oleh karena teori komunikasi manusia yang muncul pada tahun 1949, merupakan perpaduan dari gagasan Claude E. Shannon dan Warren Weaver. Shannon pada tahun 1948 mengetengahkan teori matematik dalam komunikasi permesinan (engineering communication), yang kemudian bersama Warren pada tahun 1949 diterapkan pada proses komunikasi manusia (human communication).

Sumber informasi (information source) memproduksi sebuah (message) untuk dikomunikasikan. Pesan tersebut dapat terdiri dari kata-kata lisan atau tulisan, musik, gambar, dan lain-lain.

Pemancar (transmitter) mengubah pesan menjadi isyarat (signal) yang sesuai bagi saluran yang akan dipergunakan. Saluran (channel) adalah media yang menyalurkan isyarat dari pemancar kepada penerima (receiver). Dalam percakapan sumber informasi adalah benak (brain) pemancar adalah mekanisme suara yang menghasilkan isyarat, saluran (channel) adalah udara.

#### 5. S-M-C-R model (Model S-M-C-R)

Rumus S-M-C-R adalah singkatan dari istilah-istilah : S singkatan dari Source yang berarti sumber atau komunikator ; M singkatan dari Message yang berarti pesan ; C singkatan dari Channel yang berarti saluran atau media, sedangkan R singkatan dari Receiver yang berarti penerima atau komunikan.

Khusus mengenai istilah Channel yang disingkat C pada rumus S-M-C-R itu yang berarti saluran atau media, komponen tersebut menurut Edward Sappir mengandung dua pengertian, yakni primer dan sekunder. Media sebagai saluran primer adalah lambang, misalnya bahasa, kial (gesture), gambar atau warna, yaitu lambang-lambang yang dieprgunakan khusus dalam komunikasi tatap muka (face-to-face communication), sedangkan media sekunder adalah media yang berwujud, baik media massa, misalnya surat kabar, televisi atau radio, maupun media nir-massa, misalnya, surat, telepon atau poster. Jadi, komunikator pada komunikasi tatap muka hanya

menggunakan satu media saja, misalnya bahasa, sedangkan pada komunikasi bimedia seorang komunikator, misalnya wartawan, penyiar atau reporter menggunakan dua media, yakni media primer dan media sekunder, jelasnya bahasa dan sarana yang ia operasikan.