

DASAR-DASAR KOMUNIKASI



Dra. Zuwirna, M.Pd., Ph.D.

DASAR-DASAR KOMUNIKASI

Dra. Zuwirna, M.Pd., Ph.D.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, sebagaimana yang telah diatur dan diubah dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002, bahwa:

Kutipan Pasal 113

- (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,- (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,- (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,- (empat miliar rupiah).



DASAR-DASAR KOMUNIKASI

Edisi Pertama

Copyright © 2020

ISBN 978-623-218-362-9

14 x 20.5 cm

xiv, 204 hlm

Cetakan ke-1, Januari 2020

Kencana. 2020.1232

Penulis

Dra. Zuwirna, M.Pd., Ph.D.

Desain Sampul

Irfan Fahmi

Tata Letak

Ria & Iam

Penerbit

KENCANA

Jl. Tandra Raya No. 23 Rawamangun - Jakarta 13220

Telp: (021) 478-64657 Faks: (021) 475-4134

Divisi dari PRENADAMEDIA GROUP

e-mail: pmg@prenadamedia.com

www.prenadamedia.com

INDONESIA

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apa pun, termasuk dengan cara penggunaan mesin fotokopi, tanpa izin sah dari penerbit.

PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis haturkan ke hadirat Allah Swt. yang telah memberikan rahmat dan kurnia-Nya sehingga dengan Rahmat dan Karunia-Nyalah penulisan buku ini dapat dituntaskan.

Pada awalnya penulisan buku ini hanya untuk kalangan terbatas, bagi mahasiswa yang mengikuti matakuliah komunikasi. Tetapi selanjutnya dirasakan bahwa apa yang telah ditulis akan lebih bermanfaat jika diperluas dan dikembangkan, sehingga tidak hanya terbatas digunakan oleh mahasiswa, tetapi juga orang-orang yang berminat dengan ilmu komunikasi.

Komunikasi tidak hanya sekadar sarana untuk menunjang kehidupan bagi manusia, tetapi lebih sebagai dasar kehidupan manusia itu sendiri. Sebagai dasar kehidupan, komunikasi yang terjadi pada manusia terjadi dalam bentuk pertukaran pesan. Paling kurang ada lima jenis pesan yang lazim digunakan yaitu pesan penglihatan, pesan sentuhan, pesan penciuman, pesan pengecap-an, dan pesan pendengaran. Dengan memanfaatkan salah satu atau gabungan dari kelima jenis-enis pesan itu pula kita menyelenggarakan kehidupan ini. Melalui komunikasi anak diajarkan berbagai norma, pengetahuan, dan lainnya untuk menjalani kehidupan.

Komunikasi yang berkualitas dapat mengantarkan seseorang pada jenjang karier yang lebih baik. Komunikasi juga bisa mengantarkan seseorang ke kesuksesan usaha, bahkan untuk mendapatkan jodoh yang diharapkan. Sebaliknya, komunikasi juga dapat dimanfaatkan untuk hal-hal yang negatif. Pemutarbalikan fakta, pemalsuan data, berita bohong, adalah sebagian di antaranya. Oleh sebab itu, apa yang dibahas pada buku ini memberikan in-

formasi kepada pembaca mengenai seluk-beluk komunikasi dan bermanfaat untuk memperbaiki komunikasi kita.

Buku ini terdiri dari sebelas bab, Bab I sebagai pendahuluan, yang mengantarkan pembaca mengenai mengapa perlu belajar komunikasi, konsep dasar komunikasi. Bab II membahas tujuan dan proses komunikasi, proses secara psikhis dan proses secara mekanis. Bab III membahas fungsi-fungsi komunikasi dalam kehidupan Bab IV membahas tatanan komunikasi, mulai dari komunikasi intrapersonal, sampai pada komunikasi massa dengan segala permasalahannya. Bab V menyajikan model-model komunikasi, terutama model-model yang muncul lebih awal. Bab VI dengan materi bahasan kompleksitas komunikasi manusia, meliputi bagian-bagian yang teramati dan bagian yang tidak teramati, Bab VII membahas mengenai proses penerimaan pesan, Bab VIII mengenai komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal dengan kelebihan dan keterbatasan masing-masingnya, Bab IX mengenai media komunikasi, dan Bab X dan XI mengulas mengenai komunikasi digital dan fenomena media sosial.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan pada buku ini yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh sebab itu, sangat dihargai adanya umpan balik dari pembaca untuk penyempurnaan di masa yang akan datang.

Padang, Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB 1 KONSEP DASAR KOMUNIKASI	1
A. Pendahuluan.....	1
B. Uraian Materi	1
1. Mengapa Mempelajari Komunikasi.....	1
2. Teori sebagai Panduan untuk Tindakan	3
3. Memahami Komunikasi.....	4
4. Pengertian Komunikasi	5
5. Beberapa Definisi Komunikasi.....	6
6. Karakteristik Komunikasi	12
C. Kesimpulan.....	16
BAB 2 TUJUAN DAN PROSES KOMUNIKASI	17
A. Pendahuluan.....	17
B. Uraian Materi	17
1. Tujuan Komunikasi	17
2. Proses Komunikasi.....	22
C. Kesimpulan.....	28
BAB 3 FUNGSI KOMUNIKASI	31
A. Pendahuluan.....	31
B. Uraian Materi	32



1. Fungsi Pertama: Komunikasi Sosial	33
2. Fungsi Kedua: Komunikasi Ekspresif.....	41
3. Fungsi Ketiga: Komunikasi Ritual	42
4. Fungsi Keempat: Komunikasi Instrumental	44
C. Kesimpulan.....	47
BAB 4 TATANAN KOMUNIKASI	49
A. Pendahuluan.....	49
B. Uraian Materi	49
1. Komunikasi Pribadi.....	49
2. Kelebihan Komunikasi Antarpribadi.....	54
3. Kekurangan Komunikasi Interpersonal	56
2. Komunikasi Kelompok.....	67
2. Kelompok Kecil dan Kelompok Besar	74
3. Komunikasi Massa.....	77
C. Kesimpulan.....	85
BAB 5 MODEL-MODEL KOMUNIKASI	87
A. Pendahuluan.....	87
B. Uraian Materi	88
1. Model S - R	88
2. Lasswell's Model (Model Lasswell).....	89
2. S-O-R Theory (Teori S-O-R).....	90
3. S-M-C-R Model (Model S-M-C-R)(Model Berlo).....	92
4. <i>The Mathematical Theory of Communication</i> (Teori Matematikal Komunikasi).....	94
5. <i>The Osgood and Schramm Circular Model</i> (Model Sirkular Osgood dan Schramm)	95
6. <i>Dance's Helical Model</i> (Model Helical Dance).....	96
7. <i>Newcomb's ABX Model</i> (Model ABX Newcomb).....	97
8. <i>The Theory of Cognitive Dissonance</i> (Teori Disonansi Kognitif).....	99



9. <i>Inoculation Theory</i> (Teori Inokulasi).....	100
10. <i>The Bullet Theory of Communication</i> (Teori Peluru)....	101
C. Kesimpulan.....	103
BAB 6 KOMPLEKSITAS KOMUNIKASI MANUSIA	105
A. Pendahuluan.....	105
B. Uraian Materi	105
1. Gunung Es Komunikasi	105
2. Aspek-aspek yang Terlihat dalam Komunikasi	106
3. Aspek yang Tidak Terlihat dalam Komunikasi	110
C. Kesimpulan.....	116
BAB 7 PENERIMAAN PESAN	117
A. Pendahuluan.....	117
B. Uraian Materi	117
1. Seleksi	120
2. Interpretasi	122
3. Ingatan - Kenangan	122
4. Pengaruh Penerima.....	127
5. Pengaruh pada Pesan.....	131
6. Pengaruh Sumber.....	134
7. Media dan Pengaruh Lingkungan.....	136
C. Kesimpulan.....	138
BAB 8 KOMUNIKASI VERBAL DAN KOMUNIKASI NONVERBAL	139
A. Pendahuluan.....	139
B. Uraian Materi	140
C. Kerumitan Makna Kata.....	146
D. Pengalihan Bahasa	146
E. Komunikasi Konteks Tinggi dan Komunikasi Konteks Rendah.....	147



1. Komunikasi Nonverbal.....	147
C. Kesimpulan.....	155
BAB 9 MEDIA KOMUNIKASI	157
A. Pendahuluan.....	157
B. Uraian Materi	157
1. Fungsi Media Komunikasi	158
2. Jenis Media Komunikasi	159
3. Karakteristik Media Komunikasi	161
C. Kesimpulan	165
BAB 10 KONSEP KOMUNIKASI DIGITAL	167
A. Pendahuluan.....	167
B. Uraian Materi	171
1. Konsep Komunikasi Digital	171
2. Efek Positif dan Efek Negatif dari Komunikasi Digital.....	175
3. Kejahatan Digital	175
4. Jenis Kejahatan Digital di Indonesia	176
5. Solusi terhadap Kejahatan/Criminal Digital.....	177
6. Teori yang Memengaruhi Komunikasi Digital	180
7. Komunikasi Digital dan Bermedia Sosial.....	180
8. Media Sosial dalam Masyarakat Berjejaring	182
9. Interaksi dalam Media Sosial	185
10. Literasi Komunikasi Digital.....	186
C. Kesimpulan.....	190
BAB 11 KOMUNIKASI DIGITAL DAN BERMEDIA SOSIAL	191
A. Pendahuluan.....	191
B. Uraian Materi	193
1. Media Sosial dalam Masyarakat Berjejaring	193
2. Interaksi dalam Media Sosial	196

3. Literasi Komunikasi Digital.....	197
C. Kesimpulan.....	198
DAFTAR PUSTAKA	199
TENTANG PENULIS	203

DAFTAR GAMBAR & TABEL

GAMBAR

2.1. Proses Komunikasi.....	25
2.2. Proses Komunikasi 2	26
2.3. Proses Komunikasi Tatap Muka	27
2.4. Proses Komunikasi Sirkuler.....	28
2.5. Proses Pembentukan Konsep Diri.....	36
4.1. Kategori yang Digunakan dengan Penakaran Situasional untuk Membedakan Jenis-jenis Komunikasi	84
5.1. Model S - R	89
5.2. Model Komunikasi SOR.....	91
5.3. Model Komunikasi Berlo	92
5.4. Model Matematikal Shannon dan Weaver.....	95
5.5. Model sirkular Osgood dan Schramm.....	96
5.6. Model Helikal Dance	97
5.7. Model Abx Newcomb	98
6.1. <i>Communication Iceberg</i> (Modifikasi dari Rubent, 1993).....	107
6.2. Lambang Komunikasi (Huruf Morse).....	108
6.3. Lambang Komunikasi (Huruf Braille).....	108
6.4. Konteks dan Level Interaksi.....	114
7.1. Proses Seleksi.....	121
7.2. Interpretasi - Mengkonstruksi Makna	123
9.1. Penggunaan Media Interaktif yang bisa dikontrol	163

9.2. Menonton siaran TV, tidak ada Kehadiran Sosial.....164
10.1 Contoh Tampilan Komunikasi Digital 169

TABEL

2.1. Tujuan Komunikasi Berdasarkan Kepentingan.....20
9.1 Media Produksi dan Distribusi Pesan 160
9.2 Contoh Media Penerimaan, Penyimpanan,
dan Penemuan Kembali Informasi 160



Bab I

KONSEP DASAR KOMUNIKASI

A. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia. Sejak lahir dan sepanjang proses kehidupannya manusia selalu terlibat dalam tindakan-tindakan komunikasi. Bahkan dikatakan bahwa seseorang dapat dikatakan sebagai manusia bila ia mampu berinteraksi dengan manusia lainnya yang terjadi dalam berbagai konteks komunikasi interpersonal, kelompok, dan komunikasi massa.

Pada bagian awal ini akan dijelaskan konsep dasar komunikasi yang berkaitan dengan alasan-alasan mengapa seseorang perlu mempelajari komunikasi, nilai-nilai dalam mempelajari komunikasi, tingkat pemahaman tentang komunikasi, pengertian dan beberapa definisi komunikasi, komponen, serta karakteristik komunikasi.

B. URAIAN MATERI

1. Mengapa Mempelajari Komunikasi

Manusia tidak bisa terlepas dari kegiatan yang menyangkut komunikasi. Ngobrol dengan teman-teman, urusan bisnis, atau membaca surat kabar, majalah, memberikan gambaran kepada kita bahwa komunikasi merupakan bagian yang fundamental dan aspek yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Komu-



nikasi merupakan tema sentral dalam diskusi-diskusi seperti: *public speaking*, hubungan internasional, perkawinan dan perceraian, dinamika kelompok, pengajaran, manajemen, jaringan komputer, membesarkan anak. Kata-kata seperti “mengirim pesan, komunikasi yang berantakan, komunikator yang sangat baik, masalah komunikasi, era informasi, teknologi komunikasi” merupakan ungkapan yang sangat lazim dalam era informasi.

Sebagian pengalaman berkomunikasi itu kita dapatkan melalui interaksi dengan orang-orang di sekitar kita melalui perbincangan, bertukar pikiran, mendengarkan orang berbicara, mencermati orang lain, meniru; bahkan mempelajari secara sistematis pada lembaga pendidikan yang khusus mengkaji bidang tersebut. Bila dicermati, mempelajari komunikasi memiliki nilai tertentu bagi individu. Rubent (1996) menganalisisnya menjadi nilai-nilai dalam mempelajari komunikasi.

a. Nilai Personal

Mempelajari komunikasi memberi nilai tambah kepada seseorang sebagai individu, karena dengan mempelajari komunikasi seseorang akan memiliki pemahaman, pengalaman, dan keterampilan dalam berkomunikasi. Dengan demikian, ia akan lebih mudah berinteraksi dengan orang lain. Itu akan berpengaruh kepada seseorang dalam menyampaikan pesan, menerima pesan, bahkan dalam meyakinkan dan memengaruhi orang lain. Komunikasi yang didasari dengan kemampuan memilih bahasa yang sesuai, memilih waktu yang tepat, menyesuaikan dengan situasi dan kondisi, akan memberikan nilai tambah bagi komunikator. Kemampuan berkomunikasi memiliki nilai tambah bagi seseorang secara personal.

b. Nilai Akademik

Bagi pelajar dan mahasiswa, mempelajari komunikasi tidak sekadar menambah pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan individu dalam berkomunikasi dengan orang-orang dalam lembaga akademis. Ada perbedaan yang

sangat mencolok antara komunikasi yang dilakukan oleh orang-orang yang berpendidikan dibandingkan dengan orang yang tidak berpendidikan. Mempelajari ilmu komunikasi di samping sebagai beban matakuliah, mahasiswa juga dituntut untuk memiliki kemampuan dalam berkomunikasi secara praktis. Keterampilan komunikasi interpersonal sangat penting dalam kajian-kajian kelompok, demikian juga pada forum-forum ilmiah.

c. Nilai Profesional

Keberhasilan seseorang dalam berinteraksi dengan orang lain dalam bidang pekerjaannya dipengaruhi oleh cara seseorang berkomunikasi. Komunikasi yang dilakukan seseorang mencerminkan kompetensi dan keprofesionalannya. Kita dapat menikmati diskusi, seminar, atau debat yang ditayangkan oleh televisi, karena orang-orang yang terlibat memiliki kemampuan yang tinggi dalam berkomunikasi. Selain itu, nilai profesional juga berhubungan dengan penguasaan yang baik mengenai bidang yang dikomunikasikan.

2. Teori sebagai Panduan untuk Tindakan

- a. Teori Personal, adalah teori yang didasarkan pada kajian yang bersifat individu sesuai dengan tingkat pemahamannya untuk menjelaskan, menggambarkan, memprediksi, dan lainnya sesuai dengan kemampuan personal, sehingga teorinya sangat bervariasi. Perbedaan atau variasi pemahaman itu tidak perlu dipermasalahkan karena pemahaman itu hanya terkait dengan pengalaman dan kepentingan yang bersifat personal.
- b. Teori Ilmiah, adalah teori yang didapatkan melalui proses ilmiah, mengikuti kaidah-kaidah keilmuan, termasuk metode berpikir dan metode penelitiannya. Dengan demikian, teori tersebut dapat dipertanggungjawabkan secara akademis. Teori ilmiah bersifat objektif, kritis, dan dapat diuji kebenarannya secara ilmiah. Teori ilmiah dikembangkan melalui penelitian yang memerlukan pengamatan secara sistematis, pengumpulan informasi dan analisis, dan hasilnya terbuka untuk untuk

dianalisis dan dipertanyakan kembali.

Untuk memahami komunikasi, kita dapat menggunakan, baik teori personal maupun teori ilmiah. Pengalaman manusia sepanjang hayat yang bersifat pribadi sering dianggap sebagai kebenaran, walaupun belum teruji secara ilmiah. Sebaliknya, teori-teori tentang komunikasi memberikan dasar yang kuat dalam komunikasi yang perlu dipertanggungjawabkan.

3. Memahami Komunikasi

Pemahaman seseorang mengenai komunikasi berbeda-beda, tergantung kepada sudut pandang dan kedalaman pemahaman seseorang terhadap konsep komunikasi tersebut. Ada yang memandang komunikasi itu sebagai sesuatu yang sederhana, karena di mana-mana selalu terjadi komunikasi, tanpa mempermasalahkan apakah seseorang mempelajari atau tidak mempelajari ilmu komunikasi. Sebaliknya, ada orang yang memandang ilmu komunikasi sebagai ilmu sosial yang amat penting, karena keberhasilan seseorang atau kegagalan seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungan sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukan. Bahkan, ada yang mengatakan bahwa komunikasi merupakan cara terbaik dalam menyelesaikan banyak masalah, bahkan mengakhiri peperangan. Oleh sebab itu, bagaimana pemahaman seseorang mengenai komunikasi dipengaruhi oleh hal seperti berikut.

- a. Tingkat pengamatan, kedalaman penyelidikan yang dilakukan. Semakin luas pengamatan seseorang tentang komunikasi, semakin baik pemahaman dan analisisnya tentang komunikasi.
- b. Niat, untuk apa sebenarnya mempelajari komunikasi? Apakah belajar komunikasi hanya sekedar menambah pengetahuan umum saja, sekedar lulus dengan nilai yang memuaskan, atau dengan niat agar menjadi orang yang berhasil dalam membina hubungan dengan lingkungan melalui komunikasi yang baik. Setiap orang perlu mengeksplisitkan apa maksud dan tujuannya mempelajari komunikasi.
- c. Sudut pandang, apakah seseorang melihat komunikasi dari

sudut sosial, psikologi, atau budaya? Perbedaan sudut pandang akan menimbulkan perbedaan dalam interpretasi.

- d. Masalah hasil, ini terkait dengan tujuan yang ingin dicapai. Hasil apa yang diharapkan dari pengertian dan pemahaman tentang komunikasi. Tujuan yang akan dicapai menentukan cara yang ditempuh dalam memahami komunikasi.

4. Pengertian Komunikasi

Kata atau istilah “komunikasi” (dari bahasa Inggris *communication*) berasal dari *communicatus* dalam bahasa Latin yang artinya “berbagi” atau “menjadi milik bersama”. Dengan demikian, komunikasi menurut Lexicographer (ahli kamus bahasa), menunjuk pada suatu upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan. Sementara itu, dalam *Webster’s New Collegiate Dictionary* edisi tahun 1977 antara lain dijelaskan bahwa komunikasi adalah “suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda, atau tingkah laku.

Istilah komunikasi pada awalnya merupakan fenomena sosial, kemudian menjadi ilmu yang secara akademik memiliki disiplin sendiri. Dewasa ini ilmu komunikasi dipandang sebagai bidang ilmu yang mendapat perhatian lebih besar, sehubungan fenomena dan dampak sosial yang ditimbulkannya. Kegagalan komunikasi dapat menjadi masalah bagi kemaslahatan umat manusia, apalagi bila dikaitkan dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat, termasuk teknologi komunikasi. Oleh sebab itu, kegagalan pemahaman mengenai komunikasi dapat menimbulkan permasalahan pada masa yang akan datang.

Ilmu komunikasi apabila diaplikasikan secara benar akan mampu mencegah dan menghilangkan konflik antarpribadi, antar-kelompok, antarsuku, antarbangsa, membina persatuan dan kesatuan umat manusia penghuni bumi. Walaupun demikian, komunikasi tidak selalu mudah untuk dilakukan, karena komunikasi terkait dengan banyak komponen, dan masing-masing komponen tersebut sangat berpengaruh dan sangat menentukan keberhasilan komunikasi yang dilakukan.

Dalam pergaulan hidup manusia, masing-masing individu memiliki kebutuhan yang berbeda. Satu sama lain individu terjadi interaksi, saling memengaruhi demi kepentingan dan keuntungan pribadi masing-masing. Terjadilah saling mengungkapkan pikiran dan perasaan dalam bentuk percakapan. Hal yang seperti itu terjadi pada manusia saat ini, dan pada masa yang akan datang. Komunikasi tidak bisa kita hindari, bahkan ketika kita mengatakan tidak akan berkomunikasi dengan orang lain. Untuk memahami lebih jauh mengenai komunikasi, berikut adalah beberapa konsep dan pengertian komunikasi yang dikemukakan oleh beberapa ahli yang mengkaji tentang komunikasi secara lebih mendalam.

5. Beberapa Definisi Komunikasi

Tokoh-tokoh komunikasi mengemukakan pandangan dan pendapatnya mengenai komunikasi. Jan Shubert merumuskannya dengan kata yang sederhana. “*Communication is sharing experiences.*” “*Communication is sharing information*”. Komunikasi adalah proses berbagi pengalaman, komunikasi adalah berbagi informasi. Pengalaman dan informasi yang dimiliki oleh seseorang disampaikan atau dibagi dengan orang lain sehingga pengalaman dan informasi tersebut juga dimiliki orang lain.

Onong Uchyana berpendapat bahwa hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antarmanusia. Yang dinyatakan itu adalah perasaan dan pemikiran seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai penyalurnya. Konsep ini sudah lebih perinci, di mana pengalaman dan informasi dibagikan dengan menggunakan bahasa sebagai medianya.

Tubb dan Moss merumuskan bahwa komunikasi sebagai proses penciptaan makna antara dua orang atau lebih. Makna yang ada pada masing-masing orang disatukan atau disepakati melalui komunikasi.

Gudykunt dan Kim merumuskan makna komunikasi sebagai proses transaksional, simbolik yang melibatkan pemberian makna antara orang-orang. Komunikasi dipandang sebagai proses kesepakatan antara orang-orang yang terlibat dalam proses tersebut

tentang makna symbol yang digunakan, sehingga terjadilah komunikasi.

Lasswell menjelaskan bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dan dengan akibat atau hasil apa (*Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect*). Konsep Lasswell ini merupakan konsep dasar yang digunakan dalam dunia jurnalistik dalam mengungkapkan berita atau peristiwa yang terjadi.

Mc. Weaver memandang bahwa komunikasi itu lebih kepada cara yang dilalui untuk memengaruhi pikiran orang lain. Ia mengatakan bahwa komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat memengaruhi pikiran orang lainnya.

Dari beberapa konsep yang dikemukakan oleh tokoh komunikasi terdahulu, Bren D. Rubbent memberikan definisi yang lebih kompleks. Ia menyatakan bahwa memahami komunikasi tidak cukup dengan sekadar memahami arti kata saja, tetapi pemahaman secara konseptual melalui pemaknaan. Oleh sebab itu definisi yang dikemukakan oleh Brent D. Rubent dimulai dengan pemahaman konsep.

1. *Communication is a process.* (Komunikasi adalah suatu proses).
2. *Communication is essential for individuals, relationships, groups, organizations and societies.* (Komunikasi merupakan bagian esensial dalam kehidupan individu, kekerabatan, kelompok, organisasi, dan masyarakat).
3. *Communication involves responding to and creating messages* (Komunikasi mencakup penerimaan pesan dan pengiriman pesan).
4. *Communication involves relating to the environment and other people* (Komunikasi meliputi hubungan lingkungan dan orang lain).
5. *Human communication is the process through which individuals-in relationships groups, organizations and societies-respond to and create messages to relate to the environment and one another.*

Berdasarkan beberapa konsep yang dikemukakan itu disimpulkan bahwa: Komunikasi merupakan proses, di mana individu, dalam hubungannya dengan kelompok, organisasi, dan masyarakat—merespons dan mengemas pesan—untuk membina hubungan dengan lingkungan dan antara satu dengan lainnya.

Definisi di atas memberikan beberapa pengertian pokok sebagai berikut. *Pertama*, komunikasi adalah suatu proses mengenai pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan. Setiap pelaku komunikasi dengan demikian akan melakukan empat tindakan: membentuk, menyampaikan, menerima, dan mengolah pesan. Empat tindakan tersebut lazim terjadi secara berurutan. Membentuk pesan artinya menciptakan suatu ide atau gagasan. Ini terjadi dalam benak kepala seseorang melalui proses kerja sistem saraf. Pesan yang telah terbentuk ini, kemudian disampaikan kepada orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung. Bentuk pesannya bisa berupa pesan-pesan verbal dan atau nonverbal. Di samping membentuk dan mengirim pesan, seseorang akan menerima pesan yang disampaikan orang lain. Pesan yang diterimanya ini, kemudian diolah melalui sistem saraf dan diinterpretasikan. Setelah diinterpretasikan, pesan tersebut dapat menimbulkan tanggapan atau reaksi dari orang tersebut. Apabila ini terjadi, maka si orang tersebut kembali akan membentuk dan menyampaikan pesan baru. Demikianlah keempat tindakan ini akan terus-menerus terjadi secara berulang-ulang. *Kedua*, pesan merupakan produk utama komunikasi. Pesan ini berupa lambang-lambang yang menjelaskan ide/gagasan, sikap, perasaan, praktik atau tindakan. Bentuknya dapat bermacam-macam. Bisa berbentuk kata-kata tertulis, lisan, gambar-gambar, angka-angka, benda, gerak gerak atau tingkah laku, dan berbagai bentuk tanda-tanda lainnya. Cara menyampaikan pesan juga dapat dilakukan dengan berbagai macam saluran tergantung dari pilihan para pelaku komunikasi. Dapat secara langsung berhadapan muka, melalui surat biasa, melalui e-mail, melalui faks, berbicara per telepon, melalui surat kabar, melalui TV, radio, dan lain-lainnya. *Ketiga*, komunikasi juga dapat terjadi dalam diri seseorang, antara dua orang,



di antara beberapa orang atau banyak orang. Pengertian banyak di sini menunjukkan bahwa jumlahnya besar dan mungkin tidak dapat dihitung. *Keempat*, komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Artinya komunikasi yang dilakukan sesuai dengan keinginan kepentingan para pelakunya.

Berdasarkan pengertian dari komunikasi yang telah dikemukakan oleh tokoh komunikasi, dapat ditelusuri komponen-komponen dalam proses komunikasi, yaitu komunikator, isi pesan, simbol atau lambang yang digunakan, *channel* atau saluran, komunikan, dan efek. Berikut akan dijelaskan satu per satu.

a. Komunikator

Komunikator, disebut juga sumber (*source*), pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*); adalah pihak yang berinisiatif dan berperan sebagai pengirim pesan yang akan diteruskan kepada komunikan. Sumber adalah pihak yang berinisiatif dan berkebutuhan untuk berkomunikasi. Komunikator bisa saja seseorang, dua orang, atau sekelompok orang, organisasi, perusahaan yang berinisiatif sebagai sumber dalam proses komunikasi. Dengan kata lain, komunikator adalah orang yang berinisiatif untuk menjadi sumber dalam suatu proses komunikasi. Kebutuhannya bisa bermacam-macam. Ada yang hanya sekedar memelihara hubungan dengan mengucapkan salam sampai kepada kebutuhan mengubah keyakinan dan ideologi seseorang. Untuk menyampaikan apa yang ada dalam pikiran atau perasaannya, maka sumber perlu mengubah atau mengemas perasaan dan pikiran tersebut menjadi simbol verbal dan/atau simbol nonverbal, yang diharapkan dipahami oleh penerima pesan. Proses ini dikenal dengan istilah penyandian (*encoding*).

Seorang komunikator tidak hanya berperan dalam menyampaikan pesan kepada komunikan, tetapi juga memberikan tanggapan atau respons terhadap tanggapan yang disampaikan oleh penerima pesan, dan orang-orang yang terkena dampak dari komunikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Sebagai orang yang mengemas pesan, komunikator dipengaruhi beberapa hal seperti kemampuan kognitif, kemampuan dalam



menggunakan kata atau simbol, faktor latar belakang sosial budaya, dan faktor kemenarikan dari komunikator. Kemampuan kognitif yaitu kemampuan yang berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman komunikator terhadap pesan yang akan disampaikan. Yang kedua adalah kemampuan komunikator dalam memilih kata atau simbol yang digunakan untuk pesan yang akan disampaikan, artinya ketepatan atau kesesuaian antara isi pesan dengan simbol yang dipilih. Selanjutnya adalah faktor latar belakang sosial budaya. Latar belakang sosial budaya komunikator sangat berpengaruh terhadap pemilihan kata, simbol, dan penampilan. Kesalahan dalam penampilan komunikator dapat menggagalkan komunikasi. Kemenarikan yang dimaksud adalah tampilan komunikator yang bersifat atraktif, bersemangat, yang menimbulkan motivasi bagi komunikan untuk menerima pesan yang disampaikan.

b. Pesan

Pesan adalah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan serangkaian atau seperangkat simbol, verbal atau nonverbal yang mewakili perasaan, pemikiran atau gagasan yang dimaksudkan oleh sumber tadi. Karena pesan dikemas menggunakan simbol tertentu, maka pesan itu dapat dianalisis menjadi tiga unsur yaitu makna, simbol yang digunakan untuk memberi makna, dan bentuk atau organisasi pesan.

Simbol yang paling utama adalah kata-kata atau bahasa. Ia dapat merepresentasikan berbagai objek, gagasan, dan perasaan. Simbol itu bisa dalam bentuk tulisan atau ucapan. Kata-kata memungkinkan seseorang berbagi informasi, perasaan, dan pemikiran dengan orang lain. Simbol atau lambang yang digunakan akan memengaruhi penerima pesan. Simbol itulah yang ditangkap oleh indra penerima yang kemudian dimaknai sebagai pesan.

c. Chanel atau Saluran

Chanel atau saluran adalah media atau alat yang merupakan wahana yang digunakan oleh sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran boleh merujuk kepada bentuk

pesan yang akan disampaikan kepada penerima, apakah saluran verbal atau saluran nonverbal. Pada dasarnya saluran yang digunakan dalam berkomunikasi ditentukan oleh dua hal, yaitu cahaya dan suara. Walaupun demikian, manusia menggunakan kelima inderanya untuk menerima pesan dari orang lain.

Saluran juga merujuk kepada cara penyajian pesan, apakah langsung secara tatap muka atau menggunakan media cetak seperti surat kabar, majalah, atau media elektronik seperti radio, televisi, telepon, ataupun multimedia. Semua itu dapat dikategorikan sebagai saluran dalam komunikasi. Pengirim pesan akan memilih saluran yang sesuai dengan situasi, tujuan yang ingin dicapai, dan jumlah penerima pesan yang dikehendaki.

Dalam setiap peristiwa komunikasi, sebenarnya banyak saluran yang dapat digunakan, tetapi biasanya ada satu saluran yang lebih efektif. Dalam komunikasi langsung, komunikasi interpersonal, bahasa adalah saluran yang cukup menonjol. Sebaliknya, pada komunikasi massa, berita politik misalnya, maka saluran yang dominan adalah surat kabar atau media televisi.

d. Penerima (*Receiver*)

Penerima atau komunikan, penyandi balik (*decoder*), atau khalayak, adalah orang yang menerima pesan dari sumber. Berdasarkan pengalaman masa lalu, nilai yang dianut, pengetahuan, pola pikir, perasaan dan persepsi dari penerima pesan akan menafsirkan seperangkat simbol verbal atau simbol nonverbal yang diterimanya menjadi gagasan yang dapat dipahami. Proses inilah yang disebut *decoding*.

e. Efek

Efek adalah apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan. Misalnya bertambahnya pengetahuan, menjadi senang dan terhibur, perubahan sikap, dari tidak setuju menjadi setuju, bahkan sampai pada perubahan perilaku dan keyakinan.

Lima unsur yang sudah dibicarakan tersebut sebenarnya belum menyeluruh bila dibandingkan dengan unsur-unsur komuni-

kasi yang ditampilkan dalam berbagai model komunikasi. Walaupun demikian, lima unsur utama ini ada pada setiap komunikasi. Unsur lain yang dapat ditambahkan adalah umpan balik (*feed back*), yaitu akibat atau tindakan yang muncul karena adanya komunikasi, seperti takut ke luar rumah setelah menonton berita kriminal di televisi, atau mengagumi atau membenci seseorang setelah menerima pesan melalui SMS. Berikutnya adalah gangguan atau kendala komunikasi (*noise*). Suara gemuruh kendaraan, hujan lebat, atau petir sering mengganggu pendengaran kita ketika mengikuti siaran radio atau televisi. Tulisan yang tidak jelas, kertas yang sudah buram juga menghambat pemahaman kita terhadap isi pesan tertulis. Konteks komunikasi, dalam arti di mana dan dalam kondisi bagaimana terjadinya proses komunikasi itu juga dipandang sebagai komponen pelengkap dalam komunikasi.

Pemahaman komunikasi berdasarkan komponen-komponen yang sudah dibahas akan mengajak kita untuk memikirkan dan menganalisis mengenai bagaimana persiapan yang perlu dilakukan agar komunikasi efektif, bagaimana mengolah pesan, apa saluran yang tepat, dan bagaimana konteks yang mendukung terjadinya komunikasi efektif.

6. Karakteristik Komunikasi

Berdasarkan definisi-definisi yang ditampilkan pada hagian terdahulu diperoleh gambaran bahwa komunikasi memiliki karakteristik, sebagaimana yang akan dijelaskan pada bagian berikut:

a. Komunikasi Adalah Suatu Proses

Komunikasi sebagai suatu proses artinya bahwa komunikasi menugakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan (ada tahapan atau sekuensi) serta berkaitan antara satu dan lainnya dalam kurun waktu tertentu. Sebagai suatu proses, komunikasi tidak statis tetapi dinamis dalam arti akan selalu mengalami perubahan dan berlangsung terus-menerus.

Proses komunikasi melibatkan banyak faktor atau unsur. Faktor atau unsur yang dimaksud antara lain mencakup pelaku atau

peserta komunikasi, pesan (meliputi bentuk, isi dan cara penyajiannya), saluran atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan, waktu, tempat, hasil atau akibat yang terjadi, serta situasi atau kondisi pada saat terjadinya proses komunikasi.

b. Komunikasi Adalah Upaya yang Disengaja Serta Mempunyai Tujuan

Komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, disengaja serta sesuai dengan tujuan dan keinginan dari para pelakunya. Pengertian sadar di sini menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan seseorang sepenuhnya berada dalam kondisi mental psikologis yang terkendali atau terkontrol, bukan dalam keadaan bermimpi. Disengaja maksudnya bahwa komunikasi yang dilakukan memang sesuai dengan kemauan dari pelakunya sedangkan tujuan menunjuk kepada hasil atau akibat yang ingin dicapai.

Tujuan komunikasi mencakup banyak hal tergantung dari keinginan atau harapan dari masing-masing pelakunya. Misalnya dalam contoh percakapan si A dengan si B tentang masalah pendidikan anaknya yang belajar di pesantren. Tujuan si A mungkin untuk mendapatkan informasi mengenai proses belajar di pesantren karena anak si B juga belajar di pesantren. Tetapi respons yang diberikan oleh si B tidak mengenai cara belajar di pesantren, tetapi memberikan pujian dan apresiasi karena si A sudah mulai menyadari pentingnya pendidikan agama, karena selama ini si A dianggap mengabaikan pendidikan agama. Walaupun demikian, komunikasi tetap terjadi dengan tujuan masing-masing.

c. Komunikasi Menuntut Adanya Partisipasi dan Kerja Sama dari Para Pelaku yang Terlibat

Kegiatan komunikasi akan berlangsung baik, apabila pihak-pihak yang berkomunikasi (dua orang atau lebih) sama-sama ikut terlibat dan sama-sama mempunyai perhatian yang sama terhadap topic pesan yang sedang dikomunikasikan. Sebagai gambaran, kita kembali pada contoh percakapan si A dan si B. Keinginan si A berbincang dengan si B tentang KB tentu akan terlaksana apabila si



B berminat dan bersedia untuk ngobrol tentang KB. Proses percakapan antara si A dan si B akan lebih hidup apabila keduanya sama-sama aktif berbagi pengetahuan, pengalaman, pendapat dan sikapnya masing-masing. Lebih lanjut selama proses percakapan berlangsung juga dituntut kerja sama. Misalnya, pada saat si A berbicara, si B mendengarkan, demikian pula sebaliknya. Situasi komunikasi antara si A dan si B akan berbeda apabila mereka sama-sama berebut berbicara, atau keduanya sama-sama terdiam dan tidak ada yang berbicara.

d. Komunikasi Bersifat Simbolis

Komunikasi pada dasarnya merupakan tindakan yang dilakukan dengan menggunakan simbol atau lambang-lambang. Lambang yang paling umum digunakan dalam komunikasi antarmanusia adalah bahasa verbal dalam bentuk kata-kata, kalimat-kalimat, angka-angka atau tanda lainnya. Bahasa verbal yang digunakan untuk membujuk atau meminta tolong kepada seseorang, tentunya akan berbeda dengan bahasa verbal yang digunakan untuk tujuan memerintah atau memaksa. Perbedaan tidak hanya menyangkut kata-kata yang digunakan, tetapi juga nada atau intonasinya.

Selain bahasa verbal, juga ada lambang-lambang yang bersifat nonverbal yang dapat digunakan dalam komunikasi seperti *gesture* (gerak tangan, kaki atau bagian tubuh lainnya), warna, sikap duduk atau berdiri, jarak dan bentuk lambang lainnya. Penggunaan lambang-lambang nonverbal bersamaan dengan lambang verbal ini lazimnya dimaksudkan untuk memperkuat arti dari pesan yang disampaikan. Sebagai contoh, bila kita berusaha membujuk seseorang tentang suatu hal, tentu gaya dan sikap kita berbeda dengan gaya dan sikap ketika sedang memerintah atau memarahi orang tersebut.

e. Komunikasi Bersifat Transaksional

Komunikasi pada umumnya menuntut dua tindakan; memberi dan menerima. Dua tindakan tersebut tentunya perlu dilakukan secara seimbang atau proporsional oleh masing-masing pelaku yang

terlibat komunikasi. Apa yang kita terima, nilai besar kecilnya tergantung kepada apa yang kita berikan. Misalnya, dalam membeli suatu barang, kualitas dan kuantitas barang yang kita peroleh tergantung pada jumlah uang yang ada pada kita. Prinsip ini juga berlaku pada komunikasi. Artinya, seberapa besar tujuan yang kita harapkan dari tindakan komunikasi yang kita lakukan tergantung kepada cara kita melakukan tindakan komunikasi itu sendiri.

Pengertian transaksional juga menunjuk pada suatu kondisi, bahwa keberhasilan suatu komunikasi tidak hanya ditentukan oleh salah satu pihak, tetapi oleh kedua belah yang terlibat yang mempunyai makna yang sama atau menyepakati makna tentang hal-hal yang dikomunikasikan. Transaksional ini juga bisa dimaknai di mana terjadinya kesepakatan antara sumber dengan penerima pesan mengenai makna yang terkandung pada pesan, sehingga terjadi komunikasi, sebaliknya bila tidak terjadi kesepakatan mengenai makna yang terkandung pada pesan, maka tidak terjadi komunikasi.

f. Komunikasi Menembus Faktor Waktu dan Ruang

Komunikasi menembus faktor waktu dan ruang maksudnya bahwa para peserta atau pelaku yang terlibat dalam komunikasi tidak dibatasi oleh waktu tertentu atau tempat tertentu. Komunikasi bisa terjadi kapan dan di mana saja. Komunikasi juga tidak menuntut kehadiran secara fisik pada waktu serta tempat yang sama. Dengan adanya berbagai produk teknologi komunikasi seperti telepon, faksimili, video-teks, dan lain-lain, kedua faktor tersebut (waktu dan tempat) bukan lagi menjadi hambatan dalam berkomunikasi.

Banyak contoh yang dapat dikemukakan. Misalnya, melalui telepon si A yang berada di Jakarta dapat berbincang dengan si B yang berada di New York Amerika Serikat. Bahkan melalui *video-conferencing* si A yang berada di Jakarta, si B di New York, si C di Tokyo, dan si D di Paris dapat berdiskusi secara serentak. Jalannya komunikasi tersebut akan tampak seperti dalam situasi berhadapan muka, karena masing-masing dapat melihat wajah,

gerak-gerak dan gaya bicara masing-masing yang terlihat melalui layar kaca.

Menggunakan perangkat teknologi, orang bisa melakukan diskusi, melakukan konferensi, telekonferensi dari tempat yang berbeda dengan jarak yang jauh. Bahkan, buku yang biasanya dicetak menggunakan kertas dapat dikemas menjadi produk teknologi *software*, dapat dimiliki dan dibaca bila diperlukan dengan menggunakan jaringan internet.

C. KESIMPULAN

Komunikasi adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan yang terjadi dalam diri seseorang dan/atau di antara dua orang atau lebih dengan tujuan tertentu. Pengertian komunikasi itu mengandung karakteristik, yaitu, *pertama*; komunikasi adalah suatu proses, *kedua*, komunikasi adalah upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan, *ketiga*, komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerja sama dari para pelaku komunikasi yang terlibat, dan *keempat*; komunikasi menembus faktor waktu dan ruang.



BAB II

TUJUAN DAN PROSES KOMUNIKASI

A. PENDAHULUAN

Ada banyak alasan yang dikemukakan seseorang, mengapa ia melakukan komunikasi. Alasan tersebut terlihat dari tujuan yang ingin dicapai, baik oleh komunikator ataupun oleh komunikan. Kadang kala orang berkomunikasi dengan tujuan yang jelas untuk dicapai, sehingga ia mempersiapkannya dengan serius, tetapi tidak jarang pula orang yang tidak menyadari apa sebenarnya tujuan yang ingin dicapai dengan komunikasi yang dilakukan, sehingga bentuk komunikasinya pun tidak jelas. Sebenarnya tujuan kita berkomunikasi tersebut sangat berpengaruh kepada proses komunikasi yang dilakukan. Uraian berikut akan menjelaskan apa saja tujuan seseorang melakukan komunikasi dan bagaimana terjadinya proses komunikasi.

B. URAIAN MATERI

1. Tujuan Komunikasi

Kegiatan atau upaya komunikasi yang dilakukan tentu mempunyai tujuan tertentu. Tujuan yang dimaksud di sini menunjuk pada suatu hasil atau akibat yang diinginkan oleh pelaku komunikasi. Secara umum menurut Wilbur Schramm tujuan komunikasi dapat dilihat dari dua perspektif kepentingan yakni kepentingan sum-

ber/komunikator dan kepentingan penerima/komunikan. Dengan demikian, dalam rangka memahami tujuan komunikasi, maka tujuan komunikasi dapat dikelompokkan sebagai berikut.

Tujuan Komunikasi dari sudut kepentingan sumber:

- a. Memberi informasi; komunikasi yang terjadi hanya sekadar menyampaikan pesan atau informasi saja, tidak mengharapkan efek tertentu dari pesan yang disampaikan. Walaupun demikian, sebenarnya setiap informasi yang disampaikan akan ada efeknya walaupun sangat sedikit dan efek tersebut tidak segera. Brosur yang ditempelkan pada papan informasi, berita kematian warga yang disampaikan melalui pengeras suara masjid, pengumuman yang ditulis di papan pengumuman adalah contoh-contoh komunikasi yang memberikan informasi.
- b. Mendidik; artinya komunikasi yang dilakukan tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi lebih dari itu, yaitu memengaruhi, membujuk, melakukan pendekatan kepada komunikan, sehingga komunikan terpengaruh dan terjadilah perubahan sikap dan perilaku pada komunikan. Pesan yang dikemas tersebut mengandung nilai-nilai pendidikan. Berbicara dengan lembut kepada siswa SD, menyampaikan tata cara berkomunikasi yang baik sehingga siswa melakukannya merupakan komunikasi yang mendidik.
- c. Menyenangkan/menghibur; pesan yang dikemas oleh sumber tidak mementingkan isi pesan, tetapi pada efek yang ditimbulkannya, yaitu suasana yang menyenangkan dan kegembiraan. Pujian yang diberikan kepada seseorang yang berhasil di hadapan orang ramai, tepuk tangan yang gemuruh pada upacara penyerahan hadiah; adalah contoh komunikasi yang bertujuan menyenangkan hati para pemenang dalam suatu lomba. Komunikasi yang bertujuan menghibur atau menyenangkan hati tidak memandang apa yang diberikan, tetapi lebih kepada cara yang dipilih dalam menyampaikan pesan.
- d. Menganjurkan, membujuk untuk melakukan suatu tindakan/persuasi; informasi yang dikemas oleh komunikator berisi bu-

jukan atau anjuran, sehingga komunikan mau dan merasa perlu melakukan sesuatu yang diinginkan oleh sumber. Menawarkan barang-barang tertentu kepada konsumen diiming-imingi dengan hadiah atau dengan potongan harga yang menarik merupakan komunikasi yang bertujuan untuk membujuk agar orang mau berbelanja.

Tujuan komunikasi dari sudut kepentingan penerima:

- a. Memahami informasi; komunikan berkomunikasi karena ingin memahami informasi yang diterima. Ketika si penerima mengerti dengan isi pesan, maka terjadilah komunikasi. Sebaliknya, ketika komunikan tidak memahami isi pesan, maka komunikasi tidak terjadi.
- b. Mempelajari; komunikasi yang terjadi disebabkan karena komunikan ingin mempelajari suatu informasi; artinya komunikan memandang bahwa informasi yang disampaikan itu adalah sesuatu yang perlu ia pelajari. Mengemukakan pendapat ketika ditanya oleh guru mengenai sesuatu hal adalah komunikasi yang bertujuan untuk mempelajari, mendalami sesuatu.
- c. Menikmati; komunikan tidak mengutamakan perlunya isi pesan, tetapi komunikan memperoleh kenikmatan, kesenangan, dan kegembiraan ketika terjadinya proses komunikasi. Ikut serta berteriak, bertepuk tangan dilakukan karena komunikan menikmati apa yang dikomunikasikan.
- d. Menerima atau menolak anjuran; komunikasi yang terjadi menuntut agar komunikan menentukan sikap terhadap informasi yang disampaikan, menerima atau tidak menerima, setuju atau tidak setuju.

Sementara Onong Uchyana menjelaskan tujuan komunikasi sebagai berikut:

- a. Mengubah sikap (*to change the attitude*). Komunikasi yang dilakukan tidak hanya sekadar menyampaikan isi pesan, tetapi lebih dari itu, isi pesan mesti bisa mengubah sikap dari komunikan. Setuju atau tidak setuju dengan pesan yang disampaikan

- merupakan salah satu sikap yang ditampilkan oleh seorang.
- b. Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*). Salah satu indikasi keberhasilan komunikasi adalah munculnya pendapat baru dari komunikan disebabkan isi pesan yang diterima. Orang yang sebelumnya mengatakan pendapatnya benar, berubah setelah ia mendengarkan pendapat orang yang lebih ahli dan mengakui kekeliruannya.
 - c. Mengubah perilaku (*to change the behavior*). Ketika sikap seseorang berubah, maka pada waktu itu akan berpengaruh pada perilaku yang ditampilkan. Umpamanya sikap hormat kepada orang tua terlihat dalam perilaku menundukkan kepala, atau mengikuti perintah sesuai dengan keinginan orang tua.
 - d. Mengubah masyarakat (*to change the society*). Komunikasi yang dilakukan mampu mengubah pandangan masyarakat secara keseluruhan. Tentu komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi masa dengan menggunakan media masa.

Selanjutnya Lasswell mengemukakan pandangan, bahwa tujuan berkomunikasi dapat dijabarkan berdasarkan kepentingan komunikasi seperti yang terangkum pada Tabel 2.1 berikut.

TABEL 2.1. TUJUAN KOMUNIKASI BERDASARKAN KEPENTINGAN

No.	Tujuan Komunikasi Dipandang dari Kepentingan Sosial	Tujuan Komunikasi Dipandang dari Kepentingan Individual
1.	Berbagi pengetahuan umum tentang lingkungan sekitarnya.	Menguji, mempelajari dan memperoleh gambaran tentang realitas, kesempatan, dan bahaya.
2.	Sosialisasi peran, nilai, kebiasaan terhadap anggota-anggota baru.	Memperoleh pengetahuan dan keterampilan untuk hidup bermasyarakat.
3.	Memberi hiburan terhadap warga masyarakat, menciptakan bentuk-bentuk kesenian baru, dll.	Menikmati hiburan, rileks, melarikan diri dari kesulitan hidup sehari-hari.
4.	Pencapaian consensus, mengontrol tingkah laku sosial.	Menentukan keputusan/pilihan, bertindak sesuai aturan sosial.

Selanjutnya D. Lasswell mengatakan bahwa komunikasi mempunyai tiga fungsi sosial yaitu: 1) Pengawasan lingkungan, 2) Korelasi di antara bagian-bagian dari masyarakat untuk pencapaian konsensus mengenai lingkungan, dan 3) sosialisasi (transmisi nilai-nilai/warisan sosial dari satu generasi ke generasi selanjutnya).

Kegiatan atau upaya komunikasi yang dilakukan oleh pihak sumber tentunya juga diharapkan menimbulkan efek atau hasil yang terjadi pada diri penerima yang sesuai dengan keinginan pihak sumber. Secara umum hasil atau akibat komunikasi ini terhadap penerima mencakup tiga aspek sebagai berikut.

- a. Aspek kognitif; komunikasi yang dilakukan menimbulkan efek menyangkut aspek kesadaran dan pengetahuan, semakin dalam atau semakin luas pengetahuannya. Misalnya: menjadi sadar atau ingat, menjadi tahu dan kenal, menjadi paham atau mengerti dengan apa yang dikomunikasikan, mengenal jenis atau perbedaan, memahami akan sebab dan akibat.
- b. Aspek afektif, menyangkut sikap atau perasaan/emosi. Komunikasi yang dilakukan menimbulkan efek pada perasaan, sikap. Misalnya sikap setuju/tidak setuju, perasaan sedih, gembira, atau benci yang ditimbulkan oleh komunikasi yang dilakukan oleh seseorang/komunikator. Karena komunikasi yang dilakukan, maka seseorang menjadi sangat benci dengan orang yang selama ini dikaguminya.
- c. Aspek konatif, menyangkut perilaku atau tindakan. Komunikasi yang dilakukan menimbulkan efek pada perbuatan. Misalnya, setelah mendengarkan isi pesan yang disampaikan oleh komunikator, maka seseorang berbuat seperti apa yang disarankan, atau berbuat sesuatu tidak seperti yang diharapkan.

Sementara Gordon I. Zimmerman merumuskan bahwa kita dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. *Pertama*, tujuan komunikasi ditinjau dari aspek individu. Kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas penting bagi kebutuhan kita, memberi makan dan pakaian untuk diri sendiri, memuaskan rasa penasaran kita akan lingkungan, dan menikmati hidup.

Kedua, tujuan komunikasi ditinjau dari aspek sosial. Kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi sosial mempunyai fungsi *isi*, yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas, dan fungsi *hubungan*, yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain.

2. Proses Komunikasi

Para pakar komunikasi menekankan bahwa komunikasi merupakan proses, karena komunikasi merupakan kegiatan yang ditandai dengan perubahan, pertukaran, tindakan, dan perpindahan. Terdapat kontinuitas dari setiap unsurnya. Proses komunikasi dapat dikategorikan melalui dua tinjauan, yaitu dari perspektif psikologis dan dari perspektif mekanis. Masing-masing akan dijelaskan secara sederhana.

Proses komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya).

Proses komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi antarmanusia dan ada penyampaian pesan untuk mewujudkan motif komunikasi. Tahapan proses komunikasi adalah sebagai berikut:

1) Penginterpretasian

Hal yang diinterpretasikan adalah motif komunikasi, terjadi dalam diri komunikator. Artinya, proses komunikasi tahap pertama bermula sejak motif komunikasi muncul hingga akal budi komunikator berhasil menginterpretasikan apa yang ia pikir dan rasakan ke dalam pesan (masih abstrak). Proses penerjemahan motif komunikasi ke dalam pesan disebut *interpreting* atau penginterpretasian pesan yang diterima.

2) Penyandian

Tahap ini masih ada dalam diri komunikator dari pesan yang bersifat abstrak berhasil diwujudkan oleh akal budi manusia

ke dalam lambang komunikasi. Tahap ini disebut *encoding*, akal budi manusia berfungsi sebagai encoder, sementara alat penyandi mengubah pesan abstrak menjadi konkret.

3) Pengiriman

Proses ini terjadi ketika komunikator melakukan tindakan komunikasi, mengirimkan lambang komunikasi menggunakan peralatan jasmaniah pancaindra manusia yang disebut transmitter, alat pengirim pesan.

4) Perjalanan

Tahapan ini terjadi antara komunikator dan komunikan, sejak pesan dikirim hingga pesan diterima oleh komunikan, yaitu proses berbaginya pesan dari komunikator kepada komunikan.

5) Penerimaan

Tahapan ini ditandai dengan diterimanya lambang komunikasi melalui peralatan jasmaniah atau pancaindra komunikan.

6) Penyandian balik

Tahap ini terjadi pada diri komunikan sejak lambang komunikasi diterima melalui peralatan jasmaniah yaitu pancaindra yang berfungsi sebagai *receiver* sehingga akal budinya berhasil menguraikannya (*decoding*).

7) Penginterpretasian

Tahap ini terjadi pada komunikan, sejak lambang komunikasi berhasil diuraikan dalam bentuk pesan. Ketika komunikan dapat menginterpretasikan pesan sesuai dengan apa yang dimaksudkan oleh komunikator, maka komunikasi telah terjadi, pesan telah sampai kepada komunikan.

a. Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologis

Proses komunikasi perspektif ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses. Pesan komunikasi terdiri dari dua aspek yaitu isi pesan dan lambang yang digunakan. Isi pesan umumnya adalah pikiran, apa yang dipikirkan manusia, ahli komunikasi menyebutnya "*picture*

in our head”, sedangkan lambang umumnya adalah bahasa. Proses “mengemas” atau “membungkus” pikiran dengan bahasa atau lambing yang akan digunakan yang dilakukan oleh komunikator itu dalam bahasa komunikasi dinamakan *encoding*. Hasil *encoding* berupa pikiran yang sudah dikemas menjadi pesan itu kemudian ia transmisikan atau kirimkan kepada komunikan (Onong Uchyana, 1993).

Selanjutnya giliran komunikan terlibat dalam proses komunikasi interpersonal. Proses dalam diri komunikan disebut *decoding*, di mana komunikan seolah-olah membuka kemasan atau bungkus pesan yang ia terima dari komunikator tadi. Isi pesan tadi adalah pikiran komunikator. Apabila komunikan mengerti dengan isi pesan atau pikiran yang dimaksudkan oleh komunikator, maka terjadilah komunikasi. Sebaliknya, bila komunikan tidak mengerti dengan isi pesan, maka komunikasipun tidak terjadi. Proses *encoding* dan *decoding* itu terjadi dalam konteks psikis. Proses yang terjadi pada komunikator dan komunikan dalam bentuk pengertian, pemahaman akan memengaruhi tingkah laku mereka.

b. Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanis

Proses komunikasi secara mekanis berlangsung ketika komunikator mengoperkan atau “melemparkan” pesan dengan bibir kalau secara lisan, atau tangan jika tulisan dan pesannya sampai dan ditangkap oleh komunikan. Penangkapan pesan dari komunikator oleh komunikan itu dilakukan oleh indra telinga, atau mata, atau indra lainnya.

Proses komunikasi dalam perspektif ini kompleks atau rumit, karena bersifat situasional bersifat situasional, bergantung pada situasi ketika komunikasi itu berlangsung. Komunikasi dalam perspektif mekanistik dipandang sebagai proses komunikasi yang merupakan proses pengoperan dan penangkapan pesan yang dilakukan oleh indra yang dimiliki manusia; seperti indra pendengaran yaitu telinga, indra penglihatan yaitu mata, serta indra lainnya.

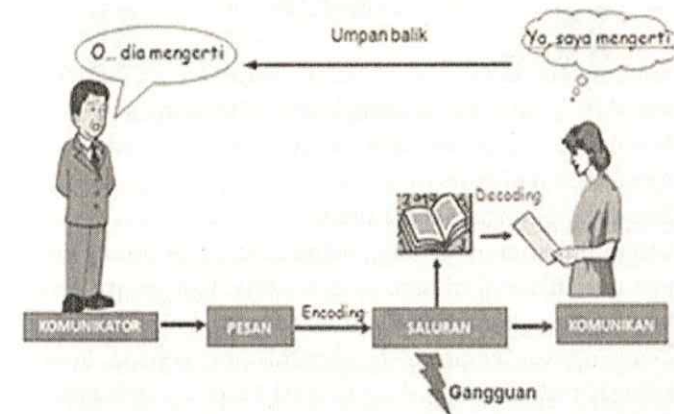
Proses komunikasi dalam perspektif mekanistik cukup kompleks, karena bergantung pada situasi (situasional). Adakalanya

komunikannya hanya satu orang, maka komunikasi dalam situasi seperti itu dinamakan komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi. Kadang-kadang komunikannya sekelompok orang, komunikasi dalam situasi seperti itu disebut komunikasi kelompok. Sering pula komunikannya tersebar dalam jumlah yang relatif amat banyak sehingga untuk menjangkanya diperlukan suatu media atau sarana, maka komunikasi dalam situasi seperti itu dinamakan komunikasi massa.

Untuk jelasnya, proses komunikasi dalam perspektif mekanistik dapat diklasifikasikan menjadi proses komunikasi secara primer dan secara sekunder.

1) Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer (*primary process*) adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang (*symbol*) sebagai media atau saluran. Lambang ini umumnya bahasa, tetapi dalam situasi-situasi komunikasi tertentu, lambang-lambang yang digunakan dapat berupa kial (*gesture*), yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan sebagainya. Dalam komunikasi, bahasa disebut lambang verbal (*verbal symbol*), sedangkan lambang-lambang lainnya yang bukan bahasa dinamakan

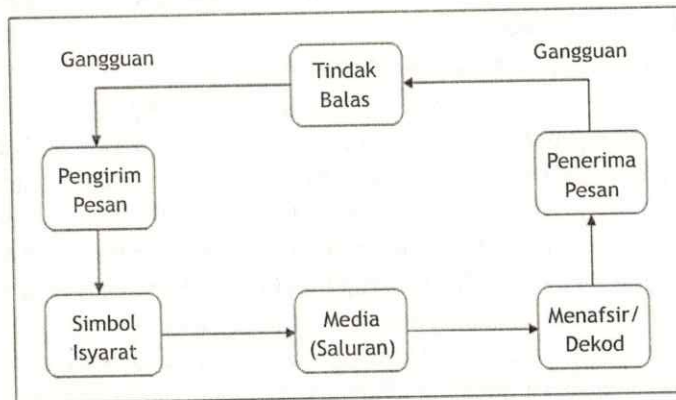


GAMBAR 2.1. PROSES KOMUNIKASI

lambang nirverbal (*nonverbal symbol*).

2) Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan berada pada tempat yang jauh, atau jumlahnya banyak, atau keduanya, jauh dan banyak.



GAMBAR 2.2. PROSES KOMUNIKASI 2

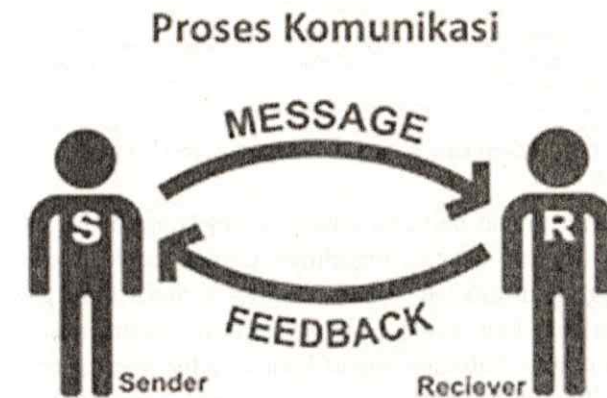
Komunikasi dalam proses secara sekunder ini semakin lama semakin efektif dan efisien karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih, yang ditopang pula dengan teknologi lainnya.

3) Proses komunikasi secara linier

Istilah linier mengandung makna lurus. Jadi proses linier berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus. Dalam konteks komunikasi, proses secara linier adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Komunikasi linier ini berlangsung baik dalam situasi komunikasi tatap muka (*face to face communi-*

cation) maupun dalam situasi komunikasi bermedia (*mediated communication*).

Komunikasi tatap muka, baik komunikasi antarpersonal maupun komunikasi kelompok, meskipun memungkinkan terjadinya dialog, tetapi adakalanya berlangsung linier. Contohnya seorang ayah yang sedang menasihati anaknya, sementara anaknya diam tanpa mengucapkan apa pun; atau seorang jaksa yang sedang membacakan tuduhan terhadap terdakwa di ruang pengadilan. Demikian juga umpamanya, guru yang menyuruh muridnya mengerjakan tugas atau latihan. Murid sebagai komunikan hanya mendengarkan dan mengerjakan apa yang disuruh oleh gurunya sebagai komunikator.

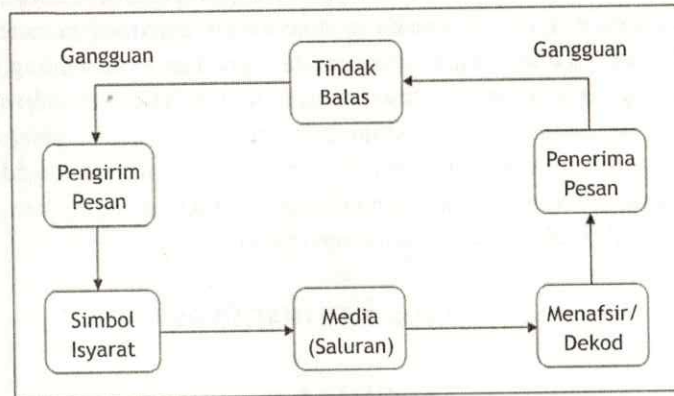


GAMBAR 2.3. PROSES KOMUNIKASI TATAP MUKA

4) Proses komunikasi secara sirkuler

Sirkular secara harfiah berarti bulat, bundar, atau keliling sebagai lawan dari perkataan linier tadi. Dalam konteks komunikasi yang dimaksud dengan proses secara sirkuler itu adalah terjadinya *feedback* atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komunikator ke komunikan dan kembali ke komunikator. Oleh karena itu, adanya *feedback* tersebut yang mengalir dari komunikan kepada komunikator adalah respons atau

tanggapan komunikan terhadap pesan yang diterima dari komunikator. Komunikasi sirkuler ini sering terjadi pada komunikasi interpersonal, yang memungkinkan terjadi dialog antara komunikator dengan komunikan.



GAMBAR 2.4. PROSES KOMUNIKASI SIRKULER

Konsep umpan balik ini dalam proses komunikasi amat penting, karena dengan terjadinya umpan balik, komunikator mengetahui apakah komunikasinya berhasil atau gagal, dengan kata lain, apakah umpan baliknya positif atau negatif. Bila umpan baliknya positif komunikator patut gembira, karena komunikasinya berhasil; sebaliknya bila umpan baliknya negatif, indikasi komunikasinya tidak berhasil, ini akan menjadi permasalahan. Oleh sebab itu, ia harus mengulangi proses penyampaian pesan dengan perbaikan gaya komunikasinya sampai menimbulkan umpan balik positif.

C. KESIMPULAN

Tujuan komunikasi dapat dilihat dari dua perspektif kepentingan, yaitu kepentingan sumber dan kepentingan penerima. Hasil dan akibat komunikasi pada dasarnya menyangkut tiga aspek yaitu aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek konatif. Komunikasi

juga mempunyai empat fungsi sosial. Keempat fungsi itu adalah: pengawas lingkungan; korelasi di antara bagian-bagian dalam masyarakat untuk mencapai konsensus; transmisi nilai-nilai/warisan sosial dari satu generasi ke generasi selanjutnya, atau dari satu kelompok ke kelompok lainnya; dan fungsi hiburan. Proses komunikasi dapat ditinjau dari dua pendekatan yaitu komunikasi ditinjau dari aspek psikis, dan proses komunikasi ditinjau dari aspek mekanis. Dari aspek psikis terjadi proses *encoding* dan *decoding*. Dari aspek mekanis terdapat perbedaan antara komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi masa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abizar. 1988. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Proyek PLPTK Dirjen Pendidikan Tinggi Depdikbud.
- Barker, Larry L. 1993. *Communication*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Casmir, F. (Ed.). 1974. *The International and intercultural communication annual* (vol. 1). New York: Speech Communication Association.
- Cassandra L. Book, ed. 1980. *Human Communication; Principles, Contexts, and Skills*. New York: St. Martin Press.
- Crook, Jay. 2012. *Howard Rheingold's Five Media Literacies*. Dalam *Jaycrook.com*. Diunduh dari <http://www.jaycrook.com/jaymasters/Howard%20Rheingold.pdf>.
- Dance, L. 1982. *Human Communication Theory*. Menlo Park, California: Addison Wesley Publishing Company.
- Dan B. Curtis, James J. Floyd, dan Jerril L. Winsor (2005: 149).
- Dedy Muljana. 2003. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Gibson, William. 1984. *Neoromancer: the Timeline*. ACE. ISBN 0-441-56956-0
- <https://en.wikipedia.org/wiki/Special:BookSources/0-441-56956-0>
- Gudykunst, William B. and Young Yun Kim. 1992. *Communicating with Strangers: An Approach to Intercultural Communication*. Edisi

2. New York: McGraw Hill.
- G. Wiseman dan L. Barker. 1982. "Speech-Interpersonal Communication. Law Quadrangle Notes, Volumes 27-29.
- Goodman, Stacey. 2014. *Sosial Media Literacy: The Five Key Concepts*. Dalam Edutopia. Diunduh dari <http://www.edutopia.org/blog/sosial-media-five-key-concepts-stacey-goodman>.
- Gordon I Zimmermen. 1980. *Speech communication: A contemporary introduction Paperback*. West Pub. Co; 2nd edition.
- Hersey, Paul and Kenneth H. Blanchard. 1983. *Management of Organizational Behavior*. Englewood Cliffs, Ner Jersey: Prentice-Hall.
- Hidayat, Rudi. (2006). *Teknologi Informasi Komunikasi: untuk SMA/MA Kelas XI*. Edisi Revisi 2. Erlangga. hlm. 2. ISBN 9789790991408.
- Hampton, K., Goulet, L., Rainie, L., Purcell, K. (2011). *Sosial networking sites and our lives*. Pew Internet & American Life Research Center.
- Jalaludin Rahmat. 1986. *Teori-teori Komunikasi*. Jakarta: Remaja Karya CV.
- Jalaluddin Rahmat. 1995. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- John C. Condon Jr. 1985. *Semantics and Communication*. Edisi ke 3. New York: Macmillian.
- Joseph A. DeVito. 1997. *Komunikasi Antar Manusia: Kuliah Dasar*. Edisi ke 5. Penerjemah: Agus Maulana. Jakarta: Professional Books.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu hingga Massa*. Kencana PrenadaMedia Group. hlm. 486. ISBN 9786029413687.
- Onong Uchyana Effendi. 1993. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- _____. 1984. *Ilmu Komuniasi, Teori dan Praktek*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Ruben, Brent D. 1992. *Communication and Human Behavior*. Edisi ke 3. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Ruben, Brent D., Lea P. Stewart. 2013. *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ronald L. Applbaum, et.al. 1974. *Fundamental Concept in Human Communication* Fundamental Canfield Press.
- Sasa Djuarsa Sendjaja, dkk. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.
- Schutz, W. D. 1966. *The Interpersonal Underworld*. Palo Alto: Science and Behavior Books.
- Sihabudin, Ahmad. 2013. *Komunikasi Antarbudaya*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sutabri, Tata (2013). *Komputer Dan Masyarakat*. Andi Publisher. com hlm. 263-292. ISBN 9789792938647.
- Werner, Severin J.; Tandkard, James W. 2011. *Teori Komunikasi Edisi 5*. Prenada Media Group. hlm. 445-450. ISBN 9793925086
- William S.Y. Wang. 1982. "Language and Derivative System" dalam *Human Communication : Language and It's Psychobiological Basic*. Fransisco: Freeman.
- Wilbur Schramm. 1980. "The Beginning of Communication Study in United States" in *Communication Yearbook 4*. Ed. By Dan Nimmo. New Brunswick.
- William I. Gorden. 1978. *Communication: Personal and Public*. Sherman Oaks, CA: Alfred.
- Ronald L. Applbaum. 1980. *Fundamental concepts in human communication*. San Francisco, Canfield Press



TENTANG PENULIS



ZUWIRNA, lahir di Pandai Sikek Tanah Datar pada tanggal 17 Mei 1958. **Pendidikan yang dilalui:** SDN di Pandai Sikek tahun 1973, PGAN 6 Tahun Padang Panjang tahun 1977, Sarjana Muda Didaktik Kurikulum IKIP Padang tahun 1981, S-1 pada Jurusan Kurikulum dan Teknologi Pendidikan IKIP Padang tahun 1983, S-2 Manajemen Pendidikan PPS UNP tahun 2000, dan Ph.D.

pada Sekolah Pendidikan Fakultas Sains Sosial dan Kemanusiaan Universiti Teknologi Malaysia.

Menjadi Ketua Laboratorium KTP 1999–2003, Ketua Proyek Hibah A2 2007–2009, Sekretaris Jurusan KTP FIP UNP 2007–2011, Anggota Senat FIP UNP 2007–2011 dan 2017–2021.

Karya Ilmiah, beberapa artikel yang telah dipublikasikan: Prosiding Temu Ilmiah Nasional Guru V (TING V) ISBN 978-979-011-826-3 tahun 2013 “Penguatan Peran dan Aktivitas Siswa

Dalam Pembelajaran Melalui Strategi Konstruktivistik”; *Jurnal Pendidikan Nusantara*, Edisi Khas Jun 2016, ISSN 2289-9375 Universitas Teknologi Malaysia “Masalah-masalah yang Dihadapi Guru dalam Penerapan Nilai Karakter pada Pembelajaran Budaya Alam Minangkabau: Studi Kasus di Sekolah Rendah X di Kota Padang” *Jurnal International Language and Education Conference Language, education and Research: Negeri Sembilan*, Malaysia 2015 “Establishment of Character Education Through Integrated Boarding Modern Prof. Dr. Hamka”, Prosiding Seminar Nasional Kurikulum dan Teknologi Pendidikan 2015 “Optimalisasi Peranan Teknologi Pendidikan Melalui Pemanfaatan ICT sebagai Media Pembelajaran”, Prosiding, Internasional Seminar on Education, Padang 2016 “Pendidikan Karakter Melalui Budaya Lokal”, *Jurnal Internasional ICET TP 2019* “The Implementation of Character Education in Minangkabau Culture in the Primary School of Padang City”.

Buku *Ajar Belajar dan Pembelajaran* (2006), dan *Manajemen Sistem Kepelatihan* (2017).

