

PERTEMUAN KE – 3

PRINSIP-PRINSIP KOMUNIKASI

PRINSIP-PRINSIP KOMUNIKASI

- Para pakar komunikasi berbeda-beda dalam menggunakan istilah untuk menjabarkan tentang prinsip-prinsip komunikasi, sebagai contoh *William B. Gudykunst* dan *Young Yun Kim* mengistilahkan sebagai asumsi-asumsi komunikasi.
- Sedangkan *Cassandra L. Book*, *Bert E. Bradley*, *Larry A. Samovar* dan *Richard E. Porter*, *Sarah Trenholm* dan *Arthur Jensen* menyebutnya sebagai karakteristik-karakteristik komunikasi.
- Deddy Mulyana, Ph.D membuat istilah baru yaitu prinsip-prinsip komunikasi.

Prinsip 1 :

Komunikasi adalah Suatu Proses Simbolik

- Manusia memang satu-satunya makhluk yang menggunakan lambang, dan itulah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya. Ernest Cassier mengatakan bahwa keunggulan manusia atas makhluk lainnya adalah keistimewaan mereka sebagai ***animal symbolicum*** (makhluk yang membutuhkan lambang).
- Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku nonverbal, dan obyek yang maknanya disepakati bersama, misalnya mengibarkan bendera putih dalam situasi perang menandakan pihak tersebut menyerah. Lambang adalah salah satu kategori tanda. Lambang menjembatani hubungan antara manusia dengan objek.

Sifat-sifat lambang:

1. Sebarang, manasuka, dan sewenang-wenang. Apa saja bisa dijadikan lambang, tergantung pada kesepakatan bersama. Kata-kata, isyarat anggota tubuh, tempat tinggal, jabatan, hewan, peristiwa, gedung, bunyi, waktu, dsb bisa dijadikan lambang.
2. Lambang pada dasarnya tidak mempunyai makna, akan tetapi manusia yang memberinya makna. Makna sebenarnya dari lambang ada dalam kepala kita, bukan terletak pada lambang itu sendiri.
3. Bervariasi. Lambang itu bervariasi dari suatu budaya ke budaya yang lainnya, dari suatu tempat ke tempat lainnya, atau dari satu konteks ke konteks lainnya.

Prinsip 2 : Setiap Perilaku Mempunyai Potensi Komunikasi

Kita tidak dapat tidak berkomunikasi (*We cannot not communicate*). Tidak berarti bahwa semua perilaku adalah komunikasi.

Komunikasi terjadi bila seseorang memberi makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri.

Cobalah Anda minta seseorang untuk tidak berkomunikasi. Amat sulit baginya untuk berbuat demikian, karena setiap perilakunya punya potensi untuk ditafsirkan. Kalau ia tersenyum, ia ditafsirkan bahagia; kalau ia cemberut, ia ditafsirkan ngambek. Bahkan ketika kita berdiam diri sekalipun, ketika kita akan mengundurkan diri dari komunikasi dan lalu menyendiri, sebenarnya kita mengkomunikasikan banyak pesan.

Prinsip 3 : Komunikasi Punya Dimensi Isi dan Hubungan

- Dimensi isi disandi secara verbal, sementara dimensi hubungan disandi secara nonverbal. Dimensi isi menunjukkan muatan (isi) komunikasi, yaitu apa yang dikatakan.
- Sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu dan bagaimana seharusnya pesan itu ditafsirkan. Sebagai contoh, kalimat “Aku benci kamu” yang diucapkan dengan nada menggoda mungkin sekali justru berarti sebaliknya.

- Dalam komunikasi massa, dimensi isi merujuk pada isi pesan, sedangkan dimensi hubungan merujuk kepada unsur-unsur lain, termasuk juga jenis saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut.
- Seperti pada pengambilan *shot*, *angle*, dan gerakan kamera tv juga akan menimbulkan pengaruh yang berbeda pada khalayak.

Prinsip 4 :

Komunikasi itu berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan

Setiap tindakan komunikasi yang dilakukan oleh seseorang bisa terjadi mulai dari tingkat kesengajaan yang rendah artinya tindakan komunikasi yang tidak direncanakan (apa saja yang akan dikatakan atau apa saja yang akan dilakukan secara rinci dan detail), sampai pada tindakan komunikasi yang betul-betul disengaja (pihak komunikan mengharapkan respon dan berharap tujuannya tercapai).

- Kesengajaan bukanlah syarat untuk terjadinya komunikasi. Meskipun kita sama sekali tidak bermaksud menyampaikan pesan kepada orang lain, perilaku kita potensial ditafsirkan orang lain. Kita tidak dapat mengendalikan orang lain untuk menafsirkan atau tidak menafsirkan perilaku kita.

Prinsip 5 :

Komunikasi Terjadi dalam Konteks Ruang dan Waktu

- Pesan komunikasi yang dikirimkan oleh pihak komunikan baik secara verbal maupun non-verbal disesuaikan dengan tempat, dimana proses komunikasi itu berlangsung, kepada siapa pesan itu dikirimkan dan kapan komunikasi itu berlangsung.
- Makna pesan juga bergantung pada konteks fisik dan ruang (termasuk iklim, suhu, intensitas cahaya, dan sebagainya), waktu, sosial dan psikologis. Topik-topik yang lazim dipercakapkan di rumah, tempat kerja, atau tempat hiburan seperti “lelucon,” “acara televisi,” “mobil,” “bisnis,” atau “perdagangan” terasa kurang sopan bila dikemukakan dimasjid.

Waktu juga mempengaruhi makna terhadap suatu pesan. Dering telepon pada tengah malam atau dini hari akan dipersepsi lain bila dibandingkan dengan dering telpon pada siang hari. Dering telepon pertama itu mungkin berita sangat penting (darurat), misalnya untuk mengabarkan orang sakit, kecelakaan atau meninggal dunia atau upaya orang jahat untuk mengetes apakah dirumah ada orang atau tidak.

Prinsip 6 :

Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Komunikasi

- Ketika orang-orang berkomunikasi, mereka meramalkan efek perilaku komunikasi mereka. Dengan kata lain, komunikasi juga terikat oleh aturan atau tatakrama. Artinya, orang-orang memilih strategi tertentu berdasarkan bagaimana orang yang menerima pesan akan merespons. Prediksi ini tidak selalu disadari dan sering berlangsung cepat. Kita dapat memprediksi perilaku komunikasi orang lain berdasarkan peran sosialnya.

Prinsip 7 : Komunikasi Itu Bersifat Sistemik

- Ada dua sistem dasar beroperasi dalam transaksi komunikasi itu: *Sistem Internal dan Sistem Eksternal*.
- Sistem internal adalah seluruh sistem nilai yang dibawa oleh individu ketika ia berpartisipasi dalam komunikasi yang ia cerap selama sosialisasinya dalam berbagai lingkungan sosialnya (keluarga, masyarakat, setempat, kelompok suku, kelompok agama, lembaga pendidikan, kelompok sebaya, tempat kerja, dan sebagainya).

- Sistem eksternal terdiri dari unsur-unsur dalam lingkungan di luar individu, termasuk kata-kata yang ia pilih untuk berbicara, isyarat fisik peserta komunikasi, kegaduhan di sekitarnya, penataan ruangan, cahaya, dan temperatur ruangan. Elemen-elemen ini adalah stimuli publik yang terbuka bagi setiap peserta komunikasi dalam setiap transaksi komunikasi.

Prinsip 8 : Semakin Mirip Latar Belakang Sosial Budaya Semakin Efektiflah Komunikasi

- Jika dua orang melakukan komunikasi berasal dari suku yang sama, pendidikan yang sama, maka ada kecenderungan dua pihak tersebut mempunyai bahan yang sama untuk saling dikomunikasikan. Kedua pihak mempunyai makna yang sama terhadap simbol-simbol yang saling dipertukarkan.
- Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang sedang berkomunikasi).

Prinsip 9 : Komunikasi Bersifat Nonsekuensial

- Proses komunikasi bersifat sirkular dalam arti tidak berlangsung satu arah. Melibatkan respon atau tanggapan sebagai bukti bahwa pesan yang dikirimkan itu diterima dan dimengerti.

Prinsip 10: Komunikasi bersifat prosesual, dinamis dan transaksional

- Konsekuensi dari prinsip bahwa komunikasi adalah sebuah proses adalah komunikasi itu dinamis dan transaksional. Ada proses saling memberi dan menerima informasi diantara pihak-pihak yang melakukan komunikasi.

Prinsip 11: Komunikasi Bersifat *Irreversible*

- Setiap orang yang melakukan proses komunikasi tidak dapat mengontrol sedemikian rupa terhadap efek yang ditimbulkan oleh pesan yang dikirimkan. Komunikasi tidak dapat ditarik kembali, jika seseorang sudah berkata menyakiti orang lain, maka efek sakit hati tidak akan hilang begitu saja pada diri orang lain tersebut.
- Sifat *irreversible* adalah implikasi dari komunikasi sebagai proses yang selalu berubah. Prinsip ini menyadarkan kita bahwa kita harus berhati-hati untuk menyampaikan pesan kepada orang lain, karena efeknya tidak bisa ditiadakan sama sekali meskipun sudah meralatnya.

Prinsip 12: Komunikasi bukan obat mujarab untuk menyelesaikan berbagai masalah

- Dalam arti bahwa komunikasi bukan satu-satunya obat mujarab yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah. Banyak persoalan dan konflik antar manusia disebabkan oleh masalah komunikasi. Namun komunikasi bukanlah panacea (obat mujarab) untuk menyelesaikan persoalan atau konflik itu, karena konflik atau persoalan tersebut mungkin berkaitan dengan masalah struktural.

TUGAS

- Deskripsi tugas (kelompok):
Tugas ini bertujuan memberikan pendalaman materi terhadap model-model komunikasi dari para ahli komunikasi.
- Metode Pengerjaan:
 - Mahasiswa mengerjakan secara berkelompok.
 - Mahasiswa memberikan penjelasan dari model-model komunikasi yang sudah ditentukan dosen.
- Deskripsi Pengeluaran:
 - Tugas dikerjakan dalam bentuk *powerpoint*.
 - Tugas diketik rapi dengan ukuran font 24.
 - Tugas dipresentasikan pada pertemuan ke-4.

Sumber

- Ilmu Komunikasi, Ruswandi, 2009, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ilmu Komunikasi, Deddy Mulyana, 2009, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.