

TUJUAN, FUNGSI DAN EFEK KOMUNIKASI





Pengertian :

Communicatio (bhs. Latin).

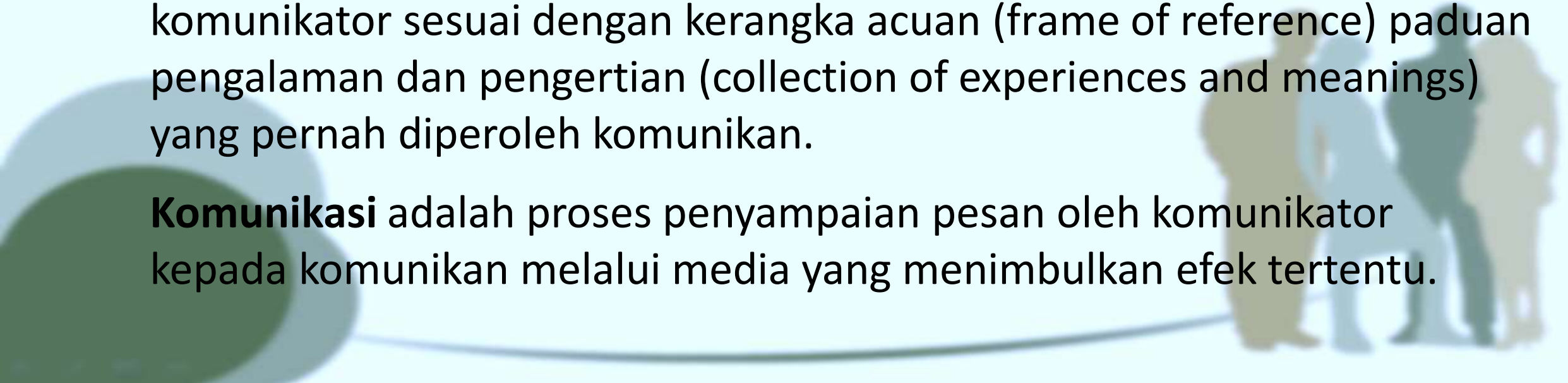
Dari kata Communis = Sama (sama makna)

- Komunikasi dapat berlangsung jika ada kesamaan makna antara komunikator dan komunikan.
- Kesamaan bahasa belum tentu menimbulkan kesamaan makna.

Wilbur Schramm :

komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator sesuai dengan kerangka acuan (frame of reference) paduan pengalaman dan pengertian (collection of experiences and meanings) yang pernah diperoleh komunikan.

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

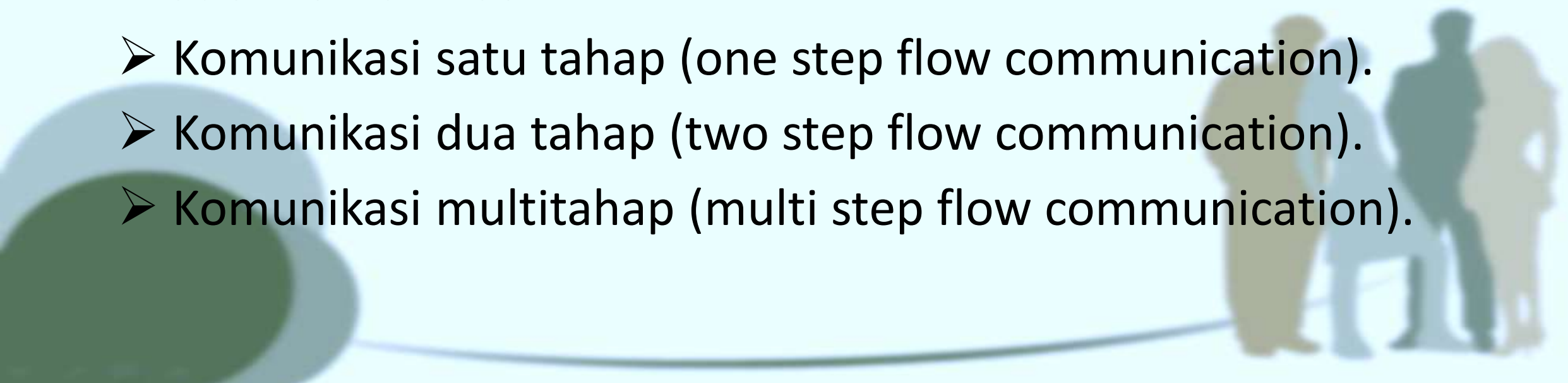




Tujuan Komunikasi :

- Perubahan sikap (attitude change).
- Perubahan pendapat (opinion change).
- Perubahan perilaku (behaviour change).
- Perubahan sosial (social change).

Model Komunikasi :

- Komunikasi satu tahap (one step flow communication).
 - Komunikasi dua tahap (two step flow communication).
 - Komunikasi multistahap (multi step flow communication).
- 

Fungsi Komunikasi

To Inform



To Entertain



To Influence



To Educate



Fungsi Komunikasi :

Deddy Mulyana (*Ilmu Komunikasi*) empat fungsi komunikasi yaitu:

1. Fungsi Komunikasi Sosial.

Komunikasi penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, kelangsungan hidup, memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain.

- Bekerjasama dengan anggota masyarakat keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, RW, desa, kota, dan negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama.

2. Fungsi Komunikasi Ekspresif.

- Sangat erat kaitanya dengan komunikasi sosial.
- Dapat dilakukan baik sendirian ataupun kelompok.
- Terkadang bertujuan mempengaruhi orang lain, biasanya dilakukan untuk menyampaikan perasaan (emosi) terutama melalui pesan-pesan *non* verbal (perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata).

3. Fungsi Komunikasi Ritual.

- Berkaita dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, biasanya dilakukan secara kolektif.
- Suatu komunitas sering melakukan upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup (antropolog menyebut *rites of passage* yaitu upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan (*ijab-qabul*, *sungkem* kepada orang tua, *sawer* dan sebagainya).
- Dalam acara-acara tsb orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku simbolik.
- Ritus-ritus lainnya seperti berdoa (shalat, sembahyang, misa), membaca kitab suci, naik haji, upacara bendera termasuk menyanyikan lagu kebangsaan), upacara wisuda, perayaan lebaran idul fitri, Idul Adha atau natal, juga adalah komunikasi ritual.
- Bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen seseorang kepada tradisi keluarga, komunitas, suku, bangsa, negara, ideologi atau agama mereka.

4. Fungsi Komunikasi Instrumental

Mempunyai beberapa tujuan umum menginformasikan: mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan serta menghibur => tujuannya adalah membujuk (persuasif).

- Pembicara menginginkan komunikan mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak diketahui.

Misalnya : Dosen menyampaikan tata tertib maka mahasiswa seharusnya melaksanakan tata tertib dengan baik.

- Bahkan komunikasi yang menghibur (*to entertain*) secara tidak langsung membujuk khalayak untuk melupakan persoalan hidup mereka.

Efek Komunikasi

Efek yang ditimbulkan dari proses komunikasi :

- Efek komunikasi mencakup umpan balik (reaksi komunikan terhadap apa yang disampaikan oleh komunikator).
- Efek komunikasi yang ditimbulkan dalam sebuah proses komunikasi tergantung pada penggunaan media dalam menyampaikan pesan.
- Penggunaan media yang kurang tepat dalam proses penyampaian pesan dapat membuat komunikan menjadi tidak jelas dan tidak fokus sehingga akibatnya tanggapan bisa nol atau dapat dikatakan dengan zero feed back atau negative feed back.



Bentuk efek komunikasi diklasifikasikan :

a. Efek kognitif.

Efek yang menyebabkan komunikan menjadi tahu, meningkat intelektualitas komunikan.

b. Efek afektif.

Efek tergeraknya hati atau timbulnya perasaan tertentu pada diri komunikan.

c. Efek behavioral.

Efek yang berupa suatu perilaku, tindakan atau kegiatan.

Untuk menghasilkan efek, ide pesan yang disampaikan dalam komunikasi harus mampu menyentuh dan merangsang komunikan untuk menerima pesan tersebut.