



ITKeSMu SIDRAP
Institut Teknologi Kesehatan dan Sains Muhammadiyah Sidrap

Bahan Ajar

**MODEL – MODEL
KOMUNIKASI**

*Digunakan Kalangan Internal
Prodi Administrasi Kesehatan*



Dr, Ishak Kenre, SKM.,M.Kes



2022

Pada modul ke 7 ini kita akan membahas mengenai **Model-model Komunikasi**. Dengan memahami model-model komunikasi ini maka mahasiswa diharapkan akan memahami bagaimana penggambaran teori dalam kerangka sederhana. Seperti fungsi dan definisi komunikasi, model-model komunikasi juga diuraikan dengan berbagai cara oleh para pakar komunikasi. Memahami model-model ini sangat penting untuk memahami komunikasi dalam segala bentuk dan fungsinya. Berikut ini akan dijelaskan beberapa model-model komunikasi:

A. Pengertian dan Fungsi Model

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

Model ialah suatu gambaran yang sistimatis dan abstrak, di mana menggambarkan potensi-potensi tertentu yang berkaitan dengan berbagai aspek dari sebuah proses (Book, 1980). Menurut Sereno dan Mortensen (dalam Deddy Mulyana, 2000:121) suatu model komunikasi merupakan deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi. Pendapat yang senada mengemukakan bahwa Sedangkan B. Aubrey Fisher mengatakan, model adalah analogi yang mengabstraksikan dan memilih bagian dari keseluruhan, unsur, sifat atau komponen yang penting dari fenomena yang dijadikan model. Model adalah gambaran informal untuk menjelaskan atau menerapkan teori. Dengan kata lain model adalah teori yang lebih disederhanakan.

Menurut Littlejohn (1983:12) *"In a broad sense the term model can apply to any symbolic representation of a thing, process, or idea"* (dalam pengertian luas pengertian model menunjuk pada setiap representasi simbolis dari suatu benda, proses atau gagasan/ide). Pada level konseptual model merepresentasikan ide-ide dan proses. Dengan demikian model bisa berbentuk gambar-gambar grafis, verbal atau matematikal. Biasanya model dipandang sebagai analogi dari beberapa fenomena. Perbedaan antara teori dan model menurut Littlejohn (1983) adalah, teori merupakan penjelasan (*explanation*), sedangkan model hanya merupakan representasi (*representation*). Dengan demikian, model komunikasi dapat diartikan sebagai representasi dari suatu peristiwa komunikasi. Melalui model komunikasi bisa dilihat faktor-faktor yang terlibat dalam proses komunikasi. Akan

tetapi, model tidak berisikan penjelasan mengenai hubungan dan interaksi antara faktor-faktor atau unsur-unsur yang menjadi bagian dari model. Penjelasannya diberikan oleh teori. Ini berarti terdapat kaitan antara teori dan model.

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

B. Manfaat dan Tipologi Model

Gordon Wiseman dan Larry Barker menjelaskan tiga fungsi model komunikasi:

1. melukiskan proses komunikasi
2. menunjukkan hubungan visual
3. membantu dalam menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi.

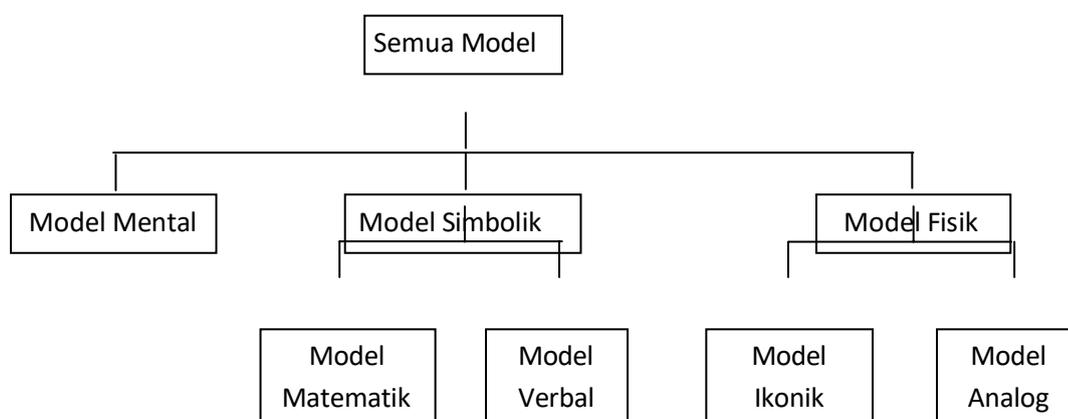
Deutsch menyebutkan bahwa model mempunyai 4 fungsi:

1. mengorganisasikan (kemiripan data dan hubungan) yang tadinya tidak teramati.
2. heuristik (menunjukkan fakta-fakta dan metode baru yang tidak diketahui)
3. prediktif, memungkinkan peramalan dari sekedar tipe ya atau tidak hingga yang kuantitatif yang berkenaan dengan kapan dan berapa banyak.
4. Pengukuran, mengukur fenomena yang diprediksi.

Menurut Irwin D.J. Bross, menjelaskan beberapa manfaat model:

1. menyediakan kerangka rujukan untuk memikirkan masalah bila model awal tidak berhasil memprediksi.
2. Model mungkin menyarankan kesenjangan informasional yang tidak segera tampak dan konsekuensinya dapat menyarankan tindakan yang berhasil.
3. Terbukanya problem abstraksi..

Tipologi Model



a. Model verbal:

Model atau teori yang dinyatakan dengan kata-kata, meskipun bentuknya sangat sederhana.

Misalnya: Definisi komunikasi Lasswell, model SMCR David Berlo, dll.

Model ini sering dibantu dengan grafik, diagram atau gambar, contohnya model struktur organisasi

b. Model Ikonik:

model yang penampilannya umumnya (rupa bentuk, tanda-tanda) menyerupai objek yang dimodelkan, seperti model pesawat terbang, boneka, mannequin, maket sebuah gedung atau kompleks perumahan, model pesawat terbang, model bumi (globe) dll.

a. Model analog:

Mempunyai fungsi seperti yang dimodelkan, meskipun bentuk fisik tidak serupa, seperti komputer yang fungsinya menyerupai otak manusia

b. Model Matematik:

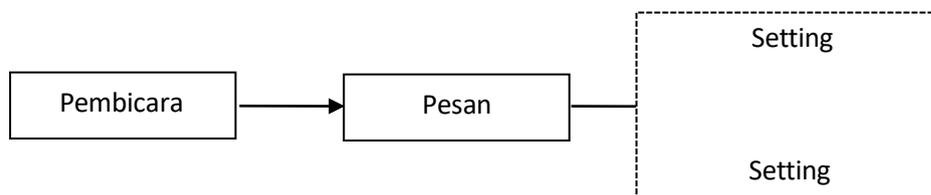
Misalnya, model Isaac Newton ($E = mc^2$) dan Albert Einstein.

C. Model Komunikasi: Suatu Perkenalan

Sejauh ini terdapat ratusan model komunikasi yang telah dibuat oleh para pakar. Model-model tersebut dibuat biasanya dipengaruhi oleh latarbelakang keilmuan pembuat model tersebut, paradigma yang digunakan, kondisi teknologis, dan semangat zaman yang melingkunginya.

a. Model Aristoteles

Model Aristoteles merupakan model komunikasi yang paling klasik, yang sering juga disebut model retorik (*rhetorical model*). Komunikasi terjadi ketika seorang pembicara menyampaikan pembicaraannya kepada khalayak dalam upaya mengubah sikap mereka. Aristoteles mengemukakan tiga unsur dasar dalam proses komunikasi, yaitu: pembicara (*speaker*), pesan (*message*), dan pendengar (*listener*).



Model ini terlalu sederhana dipandang dari perspektif sekarang, karena tidak memuat unsur-unsur lainnya yang dikenal dalam model komunikasi, seperti saluran, feedback, efek dan kendala atau gangguan komunikasi. Model ini juga menganggap bahwa komunikasi adalah sebuah fenomena yang statis. Kelemahan lainnya adalah model ini tidak membahas aspek-aspek non verbal dalam persuasi.

b. Model Lasswell

Harold D. Lasswell, seorang ilmuwan politik yang mendalami komunikasi, membuat sebuah model komunikasi yang dikenal dengan formula Lasswell (1948). Menurutnya, persoalan komunikasi menyangkut 5 (lima) pertanyaan sederhana sebagai berikut:

WHO? (siapa?)

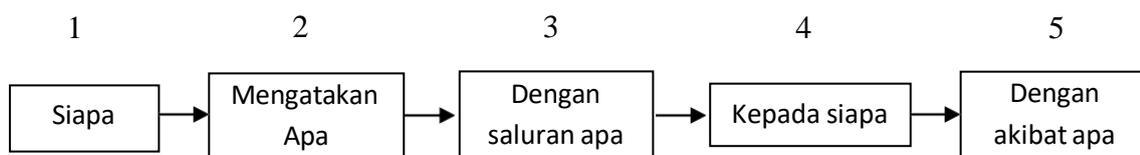
SAYS WHAT? (mengatakan apa?)

IN WHICH CHANNEL? (melalui saluran apa?)

TO WHOM? (kepada siapa?)

WITH WHAT EFFECT? (dengan akibat apa?)

Formula Lasswell tersebut, secara sederhana dapat digambarkan dalam model sebagai berikut:



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

Salah satu kelemahan dari model Lasswell ini adalah tidak digambarkannya unsur *feedback* (umpan balik). Sehingga proses komunikasi yang dijelaskan bersifat linear/searah. Selain itu model ini mengisyaratkan kehadiran komunikator dan pesan yang bertujuan. Model ini dianggap terlalu menyederhanakan masalah.

c. Model S-R

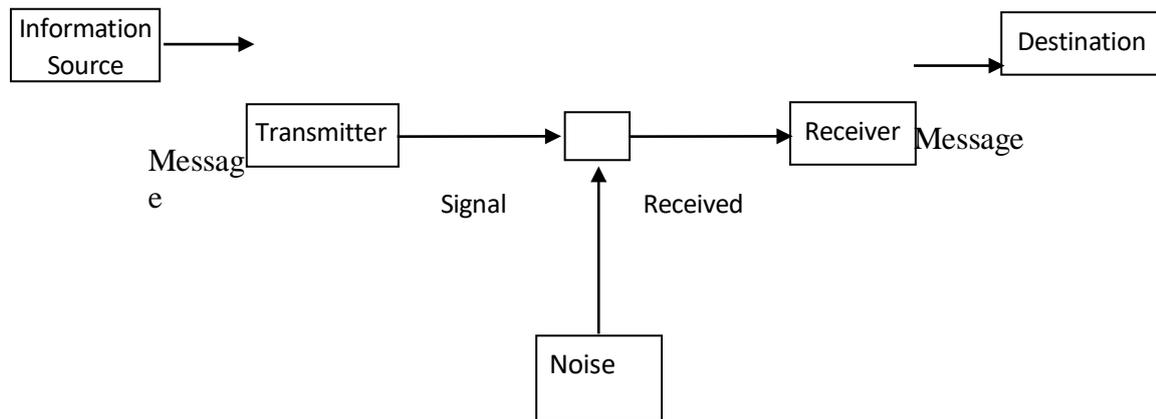
Model stimulus-respons adalah model komunikasi paling dasar. Model ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran behavioristik. Model tersebut menggambarkan hubungan stimulus-respons.



Model ini menunjukkan komunikasi sebagai suatu proses “aksi-reaksi” yang sangat sederhana. Model S-R mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan-tulisan), isyarat-isyarat nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respons dengan cara tertentu. Proses ini dapat bersifat timbal balik dan mempunyai banyak efek. Setiap efek dapat mengubah tindakan komunikasi (*communication act*) berikutnya. Contoh, ketika seseorang yang menarik perhatian anda tersenyum kepada anda ketika berpapasan, boleh jadi anda akan membalas senyumnya. Pada gilirannya, merasa mendapat sambutan, orang tadi bertanya kepada anda, “Mau kemana?” lalu kita menjawab, “Mau kuliah.” Ia pun melambaikan tangan ketika berpisah, dan anda pun membalas dengan lambaian tangan pula.

d. Model Shannon dan Weaver

Model ini sering disebut model matematis atau model teori informasi. Shannon adalah seorang insinyur pada *Bell Telephone*. Weaver mengembangkan konsep Shannon untuk menerapkannya pada semua bentuk komunikasi. Untuk menjawab pertanyaan “Apa yang terjadi pada informasi sejak saat dikirimkan hingga diterima?” mereka menawarkan suatu model komunikasi berikut ini:



Keterangan:

Information Source (sumber informasi)	Received signal (sinyal yang diterima)
Message (pesan)	Receiver (penerima)
Transmitter (alat/saluran penyampaian)	Destination (sasaran, tujuan)
Signal (sinyal, tanda-tanda)	Noise sumber (sumber gangguan)

Model ini menyoroiti problem penyampaian pesan berdasarkan tingkat kecermatannya. Model Shannon dan Weaver menjelaskan bahwa proses komunikasi dimulai dengan adanya suatu sumber informasi. Sumber informasi tersebut kemudian membentuk pesan atau serangkaian pesan untuk dikomunikasikan. Tahap berikutnya adalah pengolahan pesan kedalam tanda-tanda atau lambang-lambang dan disampaikan melalui transmitter atau saluran kepada penerima sasaran. Pihak penerima selanjutnya akan menginterpretasikan tanda-tanda atau lambang-lambang tersebut sehingga menghasilkan sesuatu. Hasilnya disebut oleh Shannon dan Weaver sebagai destination. Dalam praktiknya, proses penyampaian pesan ini juga tidak terlepas dari adanya gangguan (noise). Apabila gangguan tersebut tidak dapat diatasi maka makna atau arti pesan yang ditangkap oleh penerima, kemungkinan berbeda dengan makna atau arti pesan yang dimaksud oleh sumber pengirim.

Suatu konsep penting dalam model Shannon dan Weaver ini adalah adalah gangguan (noise), yakni setiap rangsangan tambahan dan tidak dikehendaki yang dapat mengganggu kecermatan pesan yang disampaikan. Gangguan ini bisa merupakan interferensi statis atau suatu panggilan telepon, musik yang hingar bingar di sebuah pesta.

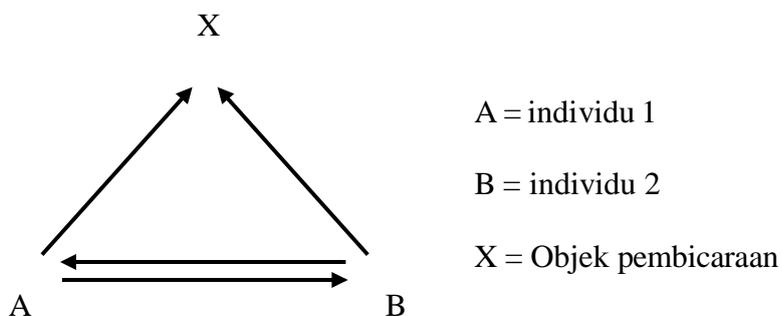
Gangguan ini selalu ada dalam saluran bersama pesan tersebut yang diterima oleh penerima.

Model Shannon dan Weaver ini dapat diterapkan kepada konteks-konteks komunikasi seperti komunikasi antarpribadi, komunikasi publik atau komunikasi massa.

e. Model Newcomb

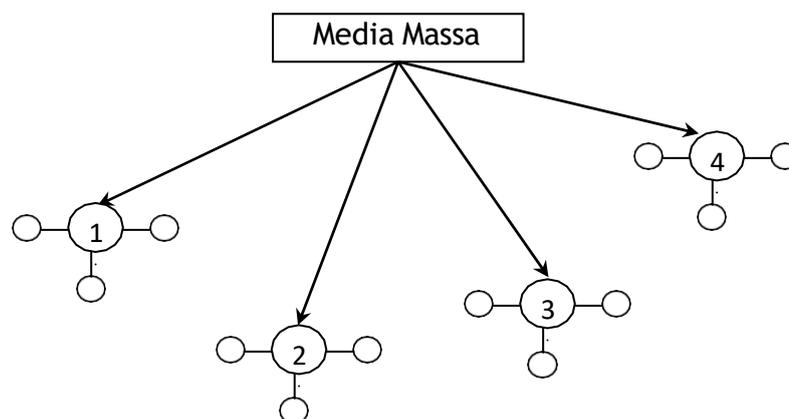
Model komunikasi yang dikembangkan Newcomb merupakan model komunikasi antarpribadi. Melalui modelnya ini Newcomb menggambarkan tentang dinamika hubungan komunikasi antara dua individu tentang suatu objek yang dipersoalkan mereka.

Menurut model Newcomb, yang kemudian dikenal sebagai “model keseimbangan”, pola komunikasi yang terjadi antara dua individu mempunyai dua bentuk atau situasi: “seimbang” dan “tidak seimbang”. Situasi komunikasi seimbang akan terjadi apabila dua orang yang berkomunikasi tentang suatu hal/objek sama-sama mempunyai sikap menyukai atau selera yang sama terhadap hal/objek yang dibicarakan. Keadaan tidak seimbang terjadi apabila terdapat perbedaan sikap diantara kedua orang tersebut. Namun, apabila keadaan tidak seimbang ini terjadi, umumnya masing-masing pihak berupaya untuk mengurangi perbedaan sehingga keadaan “relatif seimbang” bisa tercapai. Sementara kalau keadaan seimbang terjadi masing-masing pihak berusaha untuk terus mempertahankannya. Menjaga keseimbangan inilah yang menurut Newcomb merupakan hakekat utama dari komunikasi antar pribadi.



f. Model Komunikasi Dua Tahap

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



Keterangan:

1,2,3,4 : Pemuka pendapat

0 : Para individu yang mempunyai hubungan dengan pemuka pendapat

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

- a. warga masyarakat pada dasarnya tidak hidup secara terisolasi, melainkan aktif berinteraksi satu sama lainnya, dan menjadi anggota dari satu atau beberapa kelompok sosial.
- b. Tanggapan dan reaksi terhadap pesan-pesan media massa tidak terjadi secara langsung dan segera, tetapi melalui perantara yakni hubungan-hubungan sosial.

- c. Para pemuka pendapat umumnya merupakan sekelompok orang yang aktif menggunakan media massa serta berperan sebagai sumber dan rujukan informasi yang berpengaruh.

Studi-studi yang pernah dilakukan menunjukkan bahwa di kebanyakan negara berkembang (termasuk Indonesia), proses penyebaran informasi melalui media massa ke khalayak luas memang cenderung mengikuti pola “komunikasi dua tahap”. Namun dalam perkembangan selanjutnya, para ahli menemukan bahwa terdapat variasi dalam proses penyebaran informasi. Pola penyebaran informasi tidak selamanya berjalan secara dua tahap, tetapi dapat juga hanya satu tahap, atau lebih dari dua tahap, tergantung dari kondisi individu khalayaknya. Model ini kemudian disebut sebagai “*multi step flow communication*” atau komunikasi banyak tahap.

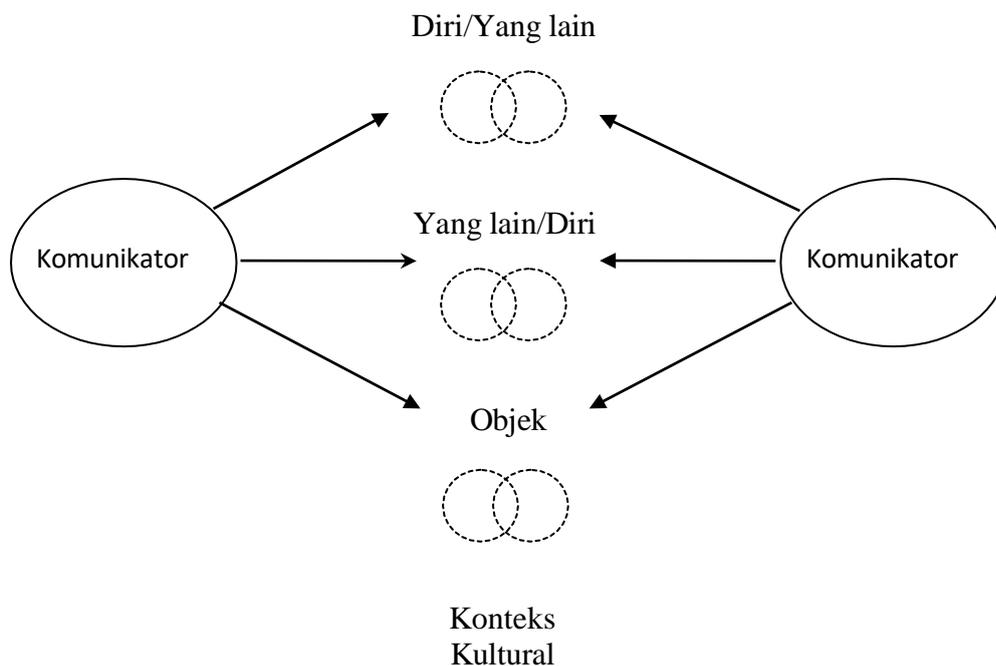
Bagi kebanyakan orang di kota-kota besar dan berlatarbelakang sosial dan ekonomi relatif tinggi, penyebaran informasi dari media massa kepada mereka umumnya berjalan secara langsung (satu tahap). Sementara bagi orang-orang yang berada di daerah pedesaan dengan latar belakang sosial dan ekonomi yang relatif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

g. Model Interaksional

Sementara model-model lain menganggap manusia sebagai pasif, model interaksional menganggap manusia jauh lebih aktif. Model ini merujuk pada model komunikasi yang dikembangkan oleh para ilmuwan sosial yang menggunakan perspektif interaksi simbolik, dengan tokoh utamanya George Herbert Mead, dan muridnya Blumer.

Model interaksional ini sebenarnya sangatlah sulit untuk digambarkan dalam suatu model diagramatik, karena karakternya yang kualitatif, nonsistemik, dan non linier. Menurut model interaksi simbolik, orang-orang sebagai peserta komunikasi (komunikator) bersifat aktif, reflektif dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. Paham ini menolak gagasan bahwa individu itu adalah organisme pasif (seperti dalam model stimulus-respons), yang perilakunya ditentukan oleh kekuatan-kekuatan atau struktur yang ada di luar dirinya. Blumer mengemukakan tiga premis yang menjadi dasar model ini. *Pertama*, manusia bertindak berdasarkan makna yang diberikan individu terhadap

lingkungan sosialnya (simbol verbal, simbol non verbal, lingkungan fisik). *Kedua*, makna itu berhubungan langsung dengan interaksi sosial yang dilakukan individu dengan lingkungan sosialnya. *Ketiga*, makna diciptakan, dipertahankan dan diubah lewat proses penafsiran yang dilakukan individu dalam berhubungan dengan lingkungan sosialnya. Oleh karena individu terus berubah, masyarakat pun berubah melalui interaksi. Dengan kata lain, interaksi yang dianggap variabel penting yang menentukan perilaku manusia, bukan struktur masyarakat. Struktur itu sendiri tercipta dan berubah karena interaksi manusia.



Para peserta komunikasi menurut model interaksional adalah orang-orang yang mengembangkan potensi manusiawinya melalui interaksi sosial, tepatnya melalui pengambilan peran orang lain (*role-taking*). Diri (self) berkembang lewat interaksi dengan orang lain, dimulai dengan lingkungan terdekatnya seperti keluarga (*significant others*) dalam suatu tahap yang disebut tahap permainan (*play stage*) dan terus berlanjut hingga ke lingkungan luas (*generalized others*) dalam suatu tahap yang disebut tahap pertandingan (*game stage*). Dalam interaksi itu, individu selalu melihat dirinya melalui perspektif (peran) orang lain. Maka konsep diri pun tumbuh berdasarkan bagaimana orang lain memandang diri individu tersebut.

Dalam ilmu komunikasi sebenarnya terdapat ratusan model komunikasi. Jika model-model komunikasi tersebut ingin dibandingkan satu sama lainnya, maka pandangan para pakar komunikasi terakhir melihat bahwa ada perbedaan orientasi antara model-model komunikasi yang ada, yakni model komunikasi kontemporer (paradigma baru) yang memberi tekanan pada khalayak dan bersifat dua arah (dialogis), interaktif (saling mempengaruhi) dan saling membagi yang mengarah pada saling pengertian (mutual understanding). Sedangkan model komunikasi yang berdasarkan paradigma lama, memberi tekanan pada sumber sebagai pelaku yang dominan, satu arah dan berusaha mempengaruhi khalayak dengan metode persuasi propaganda.

Akhirnya, setiap model mempunyai kelebihan dan kekurangan masing-masing. Tidak bisa dikatakan setiap model itu benar atau salah, tetapi yang dapat diukur adalah kemanfaatan model-model tersebut ketika dihadapkan dengan dunia nyata.

Daftar Pustaka

Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.