

Pengantar Ilmu Komunikasi



Saifurrahman, Marini, Nofia Natasari, Wahab Nur Kadri,
Erlita Khrisinta Dewi, Herta Armianti Soemardjo, Rendi Randika

Pengantar Ilmu Komunikasi

(Teori dan Praktik)

**Saifurrahman, Marini, Nofia Natasari, Wahab Nur Kadri,
Erlita Khrisinta Dewi, Herta Armianti Soemardjo, Rendi
Randika**



PT. MIFANDI MANDIRI DIGITAL

Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta:

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 Rp. 100.000.000,- (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 Rp. 500.000.000,- (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 Rp. 1.000.000.000,- (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 Rp. 4.000.000.000,- (empat miliar rupiah).

Pengantar Ilmu Komunikasi

(Teori dan Praktik)

Saifurrahman, Marini, Nofia Natasari, Wahab Nur Kadri,
Erlita Khrisinta Dewi, Herta Armianti Soemardjo, Rendi
Randika

ISBN: 978-623-8558-03-2

Editor : Sarwandi, M.Pd.T

Penyunting : Miftahul Jannah

Desain sampul : Rifki Ramadan

Penerbit

PT. Mifandi Mandiri Digital

Redaksi

Komplek Senda Residence Jl. Payanibung Ujung D Dalu
Sepuluh-B Tanjung Morawa Kab. Deli Serdang Sumatera
Utara

Distributor Tunggal

PT. Mifandi Mandiri Digital

Komplek Senda Residence Jl. Payanibung Ujung D Dalu
Sepuluh-B Tanjung Morawa Kab. Deli Serdang Sumatera
Utara

Cetakan Pertama, Januari 2024

Hak Cipta © 2023 by PT. Mifandi Mandiri Digital

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

Kata Pengantar

Pengantar Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktik) adalah sebuah karya yang bertujuan untuk membawa pembaca dalam perjalanan mendalam ke dunia ilmu komunikasi. Dalam buku ini, pembaca akan diajak untuk menjelajahi konsep-konsep dasar, teori-teori utama, serta praktik-praktik yang relevan dalam ilmu komunikasi.

Komunikasi adalah inti dari segala interaksi manusia, baik dalam konteks personal maupun profesional. Memahami dasar-dasar komunikasi bukan hanya penting untuk kehidupan sehari-hari, tetapi juga penting dalam konteks bisnis, politik, media, dan berbagai bidang lainnya. Buku ini hadir untuk memberikan pemahaman yang kokoh tentang ilmu komunikasi, serta mengilhami pembaca untuk mengaplikasikan konsep-konsep tersebut dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Dalam buku ini, pembaca akan menjumpai diskusi mendalam tentang berbagai teori komunikasi yang mendasari praktik-praktik komunikasi modern. Mulai dari teori interpersonal hingga teori media massa, setiap bab dipersiapkan dengan teliti untuk memperkenalkan pembaca pada kerangka pemikiran yang relevan dan dapat diterapkan dalam berbagai konteks.

Tidak hanya berfokus pada teori, buku ini juga menyoroti praktik-praktik komunikasi yang penting dalam kehidupan sehari-hari dan profesional. Pembaca akan diberikan wawasan tentang komunikasi verbal dan nonverbal, komunikasi antarbudaya, serta penerapan komunikasi

dalam berbagai konteks organisasi dan media.

Penulisan buku ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik dalam ilmu komunikasi. Dengan gaya penulisan yang jelas dan konten yang terstruktur, buku ini cocok sebagai bahan bacaan bagi mahasiswa yang belajar ilmu komunikasi, profesional yang ingin meningkatkan keterampilan komunikasi mereka, serta siapa pun yang tertarik untuk memahami lebih dalam tentang dinamika komunikasi manusia.

Kami berharap buku ini dapat menjadi panduan yang bermanfaat bagi pembaca dalam memahami dan menghargai kompleksitas ilmu komunikasi, serta menginspirasi mereka untuk mengembangkan keterampilan komunikasi yang lebih baik dalam kehidupan mereka.

Medan, Januari 2024

Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iii
BAB 1 KONSEP DASAR KOMUNIKASI	1
Pendahuluan	1
Sejarah Komunikasi	2
Definisi Komunikasi	3
Komponen Komunikasi	4
Jenis-jenis Komunikasi	5
Proses & Tahapan Berkomunikasi	9
Masalah dalam Komunikasi	11
BAB 2 RUANG LINGKUP KAJIAN KOMUNIKASI	13
Pendahuluan	13
Pengertian Komunikasi	15
Jenis Komunikasi	18
Komunikasi Berdasarkan Penyampaian	19
Komunikasi Berdasarkan Prilaku	21
Komunikasi Berdasarkan Ruang Lingkup	22
BAB 3 PRINSIP DAN FUNGSI-FUNGSI KOMUNIKASI	24
Pendahuluan	24
Prinsip-Prinsip Komunikasi	24
Fungsi Komunikasi	45
BAB 4 INFORMASI, PESAN, DAN MAKNA	55
Pendahuluan	55
Informasi	56
Pesan	61
Makna	68
BAB 5 KOMUNIKASI VERBAL DAN NON-VERBAL	76
Pendahuluan	76
Komunikasi Verbal	77
Komunikasi Non-verbal	84

BAB 6 KOMUNIKASI MASSA & MEDIA SOSIAL	110
Pendahuluan	110
Komunikasi Massa	111
Media Sosial	119
BAB 7 MENCIPTAKAN KOMUNIKASI YANG EFEKTIF	125
Pendahuluan	125
Definisi Komunikasi Efektif	128
Pentingnya Komunikasi Efektif dalam Kehidupan Pribadi dan Profesional	129
Karakteristik Komunikasi Efektif	131
Teknik Komunikasi Efektif	133
Elemen Komunikasi Efektif	135
Inti Komunikasi	137
Daftar Pustaka	145
Tentang Penulis	157

BAB 4 INFORMASI, PESAN, DAN MAKNA

Pendahuluan

Dalam komunikasi, informasi menjadi salah satu elemen yang paling mendasar. Tanpanya, kegiatan komunikasi tidak akan berjalan dan salah satu fungsi dari komunikasi tidak akan terpenuhi, yaitu fungsi informasi (Thayer, 1968). Dalam kehidupan manusia informasi menjadi salah satu kebutuhan dasar yang harus dipenuhi untuk mengetahui hal-hal yang terjadi disekitarnya. Bahkan di era globalisasi ini informasi menjadi komoditas yang sangat bernilai bahkan diperebutkan.

Komunikasi yang efektif dapat terbangun dengan mudah jika menguasai informasi (Basit, 2018). Di era perkembangan teknologi komunikasi, informasi menjadi sebuah keniscayaan. Semua aspek kehidupan manusia tidak lepas dari informasi. Kegiatan berselancar di media maya, scrolling media sosial, membaca koran dan majalah, tidak lain hanya untuk mencari informasi. Dengan adanya informasi manusia dapat membuat banyak pilihan hidup dan menentukan keputusan berdasarkan informasi yang dimilikinya. Dari sudut ini dapat dilihat besarnya kekuatan informasi dalam memengaruhi tindakan seseorang (Taufik, 2012).

Losee (1997) menjelaskan bahwa kebanyakan konsep informasi berpusat pada bagaimana manusia menekankan makna dan menggunakan pesan, “tentang apa pesan tersebut?” dan “apa yang sudah diketahui”. Sebagai contoh, seseorang mungkin tidak mendapatkan informasi baru dari pesan yang sudah mereka ketahui sebelumnya

karena pesan tersebut tidak memberikan makna tambahan. Selain itu, jika seseorang menerima pesan yang acak atau tidak memiliki nilai, maka tidak ada informasi yang dapat diperoleh dari pesan tersebut.

Informasi

Konsep Informasi

Hampir setiap disiplin ilmu mempunyai konsep informasi dalam konteksnya sendiri dan berkaitan dengan fenomena tertentu (Capurro & Hjørland, 2005). Hal ini seperti sebuah paradoks, mengingat fakta bahwa istilah informasi memiliki sifat ambigu (Buckland, 1991) dan berubah-ubah dalam arti informasi didefinisikan secara berbeda untuk tujuan yang berbeda dan dalam disiplin ilmu yang berbeda (Emamjome et al., 2018). Oleh karena itu, tulisan ini tidak bertujuan untuk memperluas definisi dari informasi, melainkan untuk mengungkapkan konsep informasi seperti apa.

Stodola (2019) mengungkapkan bahwa konsep informasi mengalami 3 perubahan paradigmatis. Putaran pertama, disebut dengan konsep perifer yang melihat informasi sebagai sesuatu yang terkait dengan sistem informasi yang berfungsi untuk mengambil, menyortir, menyimpan, mencari, dan menyebarkan informasi (misalnya perpustakaan atau database elektronik adalah contoh dari sistem tersebut). Putaran kedua disebut dengan putaran kognitif yang berfokus pada pengguna informasi. Konsep informasi mulai dipertimbangkan dalam hubungannya dengan representasi mental dunia yang menciptakan subjek kognitif. Putaran ketiga, yang bersifat sosial, menekankan peran pembuat informasi dan mulai menggambarkan informasi sebagai hasil konstruksi sosial.

Secara garis besar McCreadie dan Rice (1999) telah merumuskan konsep informasi berdasarkan studi literatur yang mereka lakukan. Hasil penelitian ini menemukan beberapa aspek penting tentang konsep informasi, yang meliputi:

1. Informasi sebagai representasi pengetahuan (*Information as a representation of knowledge*)

Lenski (2010) menjelaskan bahwa pengetahuan merupakan konsep dasar dari informasi. Informasi mencerminkan pandangan pengetahuan eksternal. Sedangkan Madden (2000) menjelaskan bahwa Informasi adalah representasi pengetahuan yang disimpan dan dapat diakses. Konsep informasi ini didasarkan pada asumsi bahwa dokumen cetak adalah representasi utama dari pengetahuan. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi, media penyimpanan informasi tidak hanya terbatas pada media cetak, tetapi juga dalam bentuk video, CD-Room, media elektronik, komputer dan internet.

2. Informasi sebagai data di lingkungan (*information as data in the environment*)

Informasi dapat diperoleh melalui pengamatan dan pengalaman di lingkungan sekitar. Tidak semua rangsangan dan fenomena tersebut dimaksudkan untuk menyampaikan pesan, tetapi jika diinterpretasikan dengan benar, bisa menjadi informatif (Madden, 2000).

3. Informasi sebagai bagian dari proses komunikasi (*information as part of communication process*)

Penting untuk diingat bahwa makna terletak pada manusia, bukan pada kata-kata atau data itu sendiri. Faktor waktu dan sosial memainkan peran penting dalam pemrosesan dan interpretasi informasi.

Interpretasi harus didasarkan pada pengamatan perilaku manusia dalam mencari informasi dan memberikan makna, serta pada makna yang dimaksudkan dan ditafsirkan oleh para partisipan.

4. Informasi sebagai komoditas/sumber daya (*information as commodity/resource*)

Informasi juga dapat dianggap sebagai sumber daya atau komoditas artinya informasi dapat diproduksi, dibeli, direplikasi, didistribusikan, dimanipulasi, diteruskan, dikendalikan, diperdagangkan dan dijual.

Konsep ini didasarkan pada asumsi bahwa setiap informasi dapat dikirimkan melalui pesan dari pengirim kepada penerima, dan penerima dapat menafsirkan pesan tersebut sesuai maksud pengirimnya. Terkadang, nilai tambah dapat terjadi ketika informasi disebarluaskan atau dipertukarkan antara individu atau organisasi.

Jenis-Jenis Informasi

Seperti yang diketahui, informasi tidak memiliki definisi yang secara universal diterima, dan pengelompokan atau klasifikasi informasi tidak memiliki pendekatan yang satu-satunya. Namun, Secara faktual, jenis informasi dapat diklasifikasikan berdasarkan karakteristik yang berbeda, tergantung pada tujuan dari pengklasifikasian tersebut. Dalam hal ini, Rajan et al. (2006) memilih serangkaian karakteristik berdasarkan Model transfer informasi Shannon-Weaver yang dimodifikasi dengan tambahan satu aspek, yaitu kebutuhan informasi.

1. Sumber (Source)

Cara mengkomunikasikan informasi melalui tanda,

- simbol, teks atau grafik;
2. Saluran (Channel)
Saluran mapan yang mendistribusikan informasi, pengetahuan, atau segala bentuk representasi mereka.
 3. Media (Media)
Media fisik yang membawa pesan atau isi informasi
 4. Penerima (Recipient)
Penerima informasi utama yang juga dapat menghasilkan atau membuat informasi.
 5. Kebutuhan informasi (Information Needs)
Jenis informasi yang biasanya dikomunikasikan kepada mereka yang mencari berbagai jenis informasi yang relevan dengan kebutuhan-kebutuhan mereka.

Penerima (recipient) dan kebutuhan informasi (information needs) saling berhubungan erat ketika menghasilkan berbagai kumpulan atau kategori informasi. Interaksi manusia dengan informasi dihasilkan dari keinginan untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang muncul dalam kehidupan manusia. Di antara keadaan-keadaan kebutuhan tersebut adalah situasi-situasi problematis yang timbul dalam pekerjaan, hubungan sosial, kehidupan keluarga seseorang, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor lingkungan mulai dari sosio-kultural hingga fisik. Motivasi seseorang dalam mencari informasi untuk memenuhi kebutuhannya dipengaruhi oleh berbagai faktor, yang signifikansinya dipengaruhi oleh penilaian seseorang terhadap pentingnya memenuhi kebutuhannya (Wilson, 1999).

Sifat-Sifat Informasi

Informasi memiliki dua tujuan utama. Pertama,

informasi menggambarkan dan merepresentasikan realitas. Kedua, informasi ditujukan kepada individu atau entitas tertentu. Meskipun kedua aspek ini berbeda, namun mereka saling terkait dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain (Rocha & Schnell, 2005).

Pada awalnya, kita mungkin beranggapan bahwa informasi hanyalah representasi faktual dari realitas. Namun, representasi tersebut sebenarnya ditujukan kepada siapa? Tindakan merepresentasikan sesuatu sebagai pengetahuan mengimplikasikan bahwa ada pemisahan antara objek yang direpresentasikan dengan representasi objek tersebut, antara yang mengetahui dan yang diketahui. Hal ini sudah merupakan bentuk komunikasi: representasi objek mengkomunikasikan keberadaan objek yang diketahui kepada pihak yang mengetahui dan mengenali representasi tersebut.

Menurut Widjaja (dalam Oktarina & Abdullah, 2017) agar informasi dapat disajikan dengan efektif, kita perlu memahami empat sifat informasi, yaitu:

1. Relevansi
Informasi dapat dilihat sebagai relevan atau tidak relevan tergantung pada penerima (komunikasikan).
2. Utilitas
Informasi dapat berguna atau kurang berguna tergantung pada kebutuhan dan kepentingan penerima.
3. Ketepatan Waktu
Informasi dapat menjadi tepat waktu atau tidak tepat waktu tergantung pada kapan dan bagaimana informasi tersebut disampaikan kepada penerima. Informasi yang tidak bernilai adalah informasi yang sudah usang (Prehanto, 2020).
4. Validitas
Informasi dapat dianggap valid atau tidak valid

berdasarkan keandalan sumber informasi dan keabsahan data yang disajikan.

Karena tidak semua informasi memiliki kualitas yang baik, penting untuk melakukan penyaringan terhadap informasi yang beredar atau diterima agar hanya informasi yang berkualitas yang dapat diandalkan.

Pesan

Defenisi Pesan

Dalam ilmu komunikasi, pesan adalah salah satu elemen penting yang memahami bagaimana informasi, gagasan, atau emosi disampaikan dari satu individu atau entitas kepada yang lain. Craig (dalam Griffin, 2012) mengatakan bahwa komunikasi mencakup “berbicara dan mendengarkan, menulis dan membaca, melakukan dan menyaksikan, atau, lebih umum lagi, melakukan apa pun yang melibatkan ‘pesan’ dalam media atau situasi apa pun. Pesan dapat berbentuk lambang atau tanda seperti kata-kata yang tertulis, komunikasi secara lisan, gambar, angka, dan gerakan tubuh, bahkan dapat ditemukan dalam keheningan (Characteristics of Messages, 2017; Karyaningsih, 2018). Untuk memastikan pesan dapat diterima oleh pengguna lain, diperlukan suatu media perantara dalam proses pengiriman atau penyampaian pesan. Media ini berfungsi agar pesan yang dikirimkan oleh sumber (source) dapat ditangkap dengan baik oleh penerima (receiver). Dalam proses pengiriman pesan, penting untuk mengemas pesan tersebut sehingga dapat mengatasi gangguan transmisi yang mungkin terjadi, sehingga tidak menyebabkan perbedaan makna yang diterima oleh penerima (Djawad, 2016).

Griffin (2012) menjelaskan bahwa komunikator bertanggung jawab dalam mengonstruksikan dan

menentukan isi serta bentuk pesan yang mereka sampaikan. Dalam hal ini, komunikator secara sengaja membuat pilihan terkait dengan substansi dan struktur pesan. Di sisi lain, pesan bersifat abstrak dan tidak memiliki kemampuan untuk memberikan interpretasi pada dirinya sendiri. Sebaliknya, penerima pesanlah yang memberikan arti dan penafsiran terhadap pesan tersebut. Perbedaan penerimaan pesan ini disebabkan beberapa faktor, misalnya latar belakang budaya, pengalaman, pengetahuan, dan ideologi (Pambayun, 2012).

Bentuk Pesan

Dalam ilmu komunikasi, pesan merupakan elemen esensial yang memungkinkan individu untuk berbagi informasi, gagasan, dan perasaan. Bentuk pesan dapat bervariasi, dan pemahaman yang mendalam mengenai bentuk pesan tersebut sangat penting dalam memahami proses komunikasi manusia. Secara umum bentuk komunikasi terdiri dari pesan verbal dan nonverbal (Rizqi, 2022) yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Pesan Verbal

Pesan verbal diciptakan melalui bahasa (Miller & Wahl, 2023) baik lisan maupun tulisan. Sementara bahasa hanyalah kumpulan simbol-simbol yang dapat disusun dalam urutan tertentu menurut tata bahasa tertentu. Namun perlu diingat bahwa simbol-simbol itu sendiri tidak mempunyai makna. Bahasa hanya dapat dipahami bila ada kesepakatan di antara anggota-anggota kelompok sosial untuk menggunakannya. Karenanya, komunikasi yang efektif melibatkan penafsiran yang akurat atas pesan-pesan verbal orang lain ketika makna diciptakan bersama.

Tata bahasa terdiri dari tiga elemen utama, yaitu fonologi, sintaksis, dan semantik. Fonologi mempelajari karakteristik suara-suara yang ada dalam bahasa. Sintaksis mempelajari struktur dan susunan kalimat. Sedangkan semantik mempelajari makna kata-kata atau kombinasi kata-kata (Kusumawati, 2016). Selain itu bahasa juga mempunyai tiga fungsi, yaitu identifikasi, interaksi, dan penyampaian informasi.

- a. Fungsi identifikasi berkaitan dengan kemampuan bahasa dalam memberikan nama pada orang, objek, atau tindakan.
 - b. Fungsi interaksi sosial. Komunikasi yang efektif terjadi saat menggunakan bahasa yang dipahami kedua belah pihak. Dengan menggunakan bahasa yang sama, komunikator dapat menyampaikan gagasan dan emosi kepada penerima, dan penerima dapat memahami maksud komunikator.
 - c. Fungsi penyampaian informasi. Informasi hanya dapat dipahami jika disampaikan dengan bahasa yang kita kuasai, baik secara langsung maupun melalui media.
2. Pesan Nonverbal

Secara sederhana pesan non-verbal di sebut bahasa tubuh atau komunikasi tidak menggunakan kata. Definisi "tidak menggunakan kata" digunakan untuk membedakan komunikasi nonverbal dari komunikasi lisan. Contohnya, bahasa isyarat dan penulisan tidak termasuk dalam komunikasi nonverbal karena menggunakan kata, sementara intonasi dan gaya bicara termasuk dalam komunikasi nonverbal. Perilaku yang termasuk dalam pesan nonverbal meliputi tindakan berjalan,

berdiri, postur, dan gerakan kaki. Selain itu, pakaian dan penampilan, gerakan tubuh, serta ekspresi wajah dan mata (Miller & Wahl, 2023). Karakteristik yang membedakan pesan nonverbal ini adalah seringkali terjadi secara spontan, tidak disengaja, dan mungkin tidak mengikuti aturan simbolik yang telah ditentukan.

Simbol-simbol nonverbal dapat ditemui dimana saja. Menurut Muslim (2016) sebanyak 80% komunikasi antara manusia dilakukan secara nonverbal. Bahkan menurut Birdwhistel (dalam Miller & Wahl, 2023) sistem nonverbal bertanggung jawab hingga 93% dari total makna komunikasi. Oleh karena itu Nolan (dalam Miller & Wahl, 2023) menyimpulkan bahwa perilaku nonverbal mendahului perilaku verbal dalam evolusi komunikasi.

Pesan nonverbal memiliki empat fungsi, yaitu:

- a. Untuk mengekspresikan emosi.
- b. Menyampaikan sikap interpersonal.
- c. Menampilkan kepribadian seseorang, seperti watak, watak, atau temperamen
- d. Mendampingi verbal komunikasi (Miller & Wahl, 2023).

Pesan verbal dan nonverbal pada dasarnya tidak dapat dikategorikan secara berbeda, sebab pesan nonverbal sering digunakan untuk menafsirkan maksud pesan verbal. DeVito (2016) menjelaskan ada enam cara bagaimana pesan verbal dan nonverbal berinteraksi satu sama lain, yaitu:

1. Aksentuasi (*Accent*). Sebuah pesan verbal dapat diberi aksentuasi melalui komunikasi nonverbal, seperti peningkatan intonasi, bunyi yang keras, atau tatapan yang penuh makna.
2. Melengkapi (*Complement*). Komunikasi nonverbal

dapat memberikan nuansa tambahan pada pesan verbal yang disampaikan, seperti senyuman saat menceritakan sesuatu yang lucu atau menggelengkan kepala untuk mengekspresikan ketidaksetujuan.

3. Bertentangan (*Contradict*). Gerakan nonverbal dapat bertentangan dengan pesan verbal, seperti menyilangkan jari atau mengedipkan mata untuk menunjukkan kebohongan.
4. Kontrol (*Control*). Komunikasi nonverbal dapat digunakan untuk mengontrol dan mempengaruhi aliran pesan verbal, seperti mengubah ekspresi wajah atau mengangkat tangan untuk menunjukkan keinginan untuk berbicara.
5. Mengulang (*Repeat*). Komunikasi nonverbal dapat mengulang atau menekankan pesan verbal yang telah disampaikan, seperti mengangkat alis atau menggerakkan kepala secara serentak dengan kata-kata yang diucapkan.
6. Pengganti (*Substitute*). Gerakan nonverbal dapat menjadi pengganti pesan verbal, seperti isyarat tangan untuk menyatakan "oke" atau mengangguk atau menggelengkan kepala sebagai pengganti kata "ya" atau "tidak".

Perkembangan media baru saat ini telah menghadirkan emoji (*emoticon*) sebagai simbol nonverbal baru. Emoji adalah simbol yang diketik untuk mengkomunikasikan nuansa pesan yang biasanya disampaikan melalui ekspresi nonverbal. Emoji memiliki nilai yang sama pentingnya dengan intonasi dan ekspresi wajah dalam komunikasi langsung (*face to face*). Pesan nonverbal memiliki fungsi metakomunikatif yang penting dalam mencapai komunikasi berkualitas tinggi. Metakomunikatif berarti mampu memberikan informasi

tambahan untuk menjelaskan maksud dan makna pesan teks. Dengan emoji, penerima pesan dapat lebih baik dalam menerjemahkan pesan yang terkirim (Bakhtiar et al., 2022).

Jenis Pesan

Pesan dapat diklasifikasikan menjadi tiga tipe berbeda: primer, sekunder, dan tambahan. Terminologi ini membantu kita memahami berbagai lapisan dan unsur yang terlibat dalam penyampaian makna dan informasi dalam komunikasi.

1. Pesan primer (*Primary Message*) adalah pesan inti atau utama yang ingin disampaikan oleh pengirim, baik secara verbal maupun nonverbal (Simon et al., 2018). Pesan ini berisi informasi yang paling penting atau ide utama yang ingin disampaikan oleh pengirim. Pesan primer mewakili isi inti komunikasi dan mengandung makna atau tujuan utama pesan. Sebagai contoh, dalam sebuah email bisnis, pesan utama mungkin berupa pengumuman peluncuran produk baru atau agenda pertemuan penting.
2. Pesan sekunder (*Secondary Message*) adalah informasi tambahan yang mendukung atau melengkapi pesan utama. Pesan ini dapat memberikan konteks, penjelasan, contoh, atau rincian yang membantu memperjelas atau memperluas pesan utama. Pesan sekunder penting untuk memastikan bahwa penerima sepenuhnya memahami pesan utama. Misalnya, dalam sebuah siaran pers tentang sebuah produk teknologi baru (pesan utama), pesan sekunder dapat berisi spesifikasi dan manfaat teknis.
3. Pesan tambahan (*Auxiliary Message*) adalah

elemen-elemen komunikasi yang tidak langsung berhubungan dengan pesan primer atau sekunder, tetapi tetap dapat mempengaruhi komunikasi secara keseluruhan. Faktor-faktor ini meliputi isyarat nonverbal, intonasi suara, bahasa tubuh, elemen visual, dan faktor kontekstual lainnya. Pesan-pesan tambahan ini dapat meningkatkan atau mengurangi efektivitas komunikasi. Sebagai contoh, bahasa tubuh yang percaya diri dari seorang pembicara dapat memperkuat pesan utama, sementara nada bicara yang tidak tertarik dapat melemahkan pesan utama (Hasling, 2009).

Memahami konsep-konsep ini membantu individu dan peneliti dalam menganalisis kompleksitas komunikasi dan bagaimana berbagai pesan dan sinyal saling terkait dalam setiap tindakan komunikasi khusus. Hal ini juga menyoroti pentingnya kejelasan, konteks, dan elemen nonverbal dalam komunikasi yang efektif.

Persyaratan Pesan

Komunikasi terkait dengan dampak pesan terhadap penerima. Dengan demikian, komunikasi merupakan proses relasional yang melibatkan produksi dan interpretasi pesan untuk memperoleh respons. Jika, karena alasan apapun, pesan tersebut gagal merangsang respon kognitif, emosional, atau perilaku, maka pesan tersebut tidak dapat dianggap sebagai komunikasi.

Untuk mendukung kelancaran komunikasi, seorang komunikator harus memahami persyaratan yang harus dipenuhi agar pesan dapat menghasilkan tanggapan yang diinginkan. Schramm (dalam Ningrum, 2018) menyebut kondisi ini sebagai “The Condition of Success in Information”, yang terdiri dari:

1. Pesan yang menarik adalah pesan yang direncanakan dan disampaikan dengan cara menarik sehingga menarik perhatian penerima pesan.
2. Pesan harus menggunakan simbol-simbol yang dapat dipahami baik oleh pengirim maupun penerima pesan.
3. Pesan harus memenuhi kebutuhan individu penerima pesan dan memberikan saran untuk memenuhi kebutuhan tersebut.
4. Pesan harus mengarahkan cara yang tepat untuk memenuhi kebutuhan kelompok di mana penerima pesan berada saat diminta untuk memberikan tanggapan yang diinginkan.

Makna

Dalam konteks komunikasi, makna (meaning) merujuk pada substansi atau pesan yang ingin disampaikan melalui simbol-simbol komunikasi. Makna tidak hanya terletak pada kata-kata yang digunakan, tetapi juga pada orang yang menggunakannya. Bahasa hanya merupakan simbol atau lambang yang digunakan untuk membawa pesan tertentu dalam komunikasi. Setiap individu memiliki perbedaan kemampuan dalam berkomunikasi, terutama dalam memahami dan menggunakan bahasa sebagai pilihan simbol. Hal ini dapat menyebabkan ketidakefektifan dalam komunikasi, di mana pesan yang ingin disampaikan tidak sesuai dengan harapan dan maksud yang diinginkan.

Bloomfield (dalam Duan, 2017) mengatakan bahwa dalam proses komunikasi manusia, terdapat dua faktor penting dalam produksi dan penyampaian makna, yaitu situasi dan partisipan. Untuk membangun komunikasi yang baik, penting untuk memperhatikan tidak hanya simbol atau lambang yang digunakan, tetapi juga memastikan

bahwa substansi atau makna pesan dapat dipahami dengan jelas oleh penerima pesan. Ini melibatkan pemilihan kata-kata yang tepat, penggunaan konteks yang sesuai, dan pemahaman tentang latar belakang dan pengalaman penerima pesan. Dengan memperhatikan substansi atau makna pesan, komunikasi dapat menjadi lebih efektif dan meminimalkan kesalahpahaman.

Dalam komunikasi, bahasa dan makna memiliki perbedaan. Bahasa fokus pada kata-kata dalam komunikasi baik lisan maupun tulisan. Bahasa berfungsi sebagai lambang atau simbol yang digunakan untuk mengirimkan pesan. Di sisi lain, makna dalam komunikasi lebih abstrak dan tidak hanya terbatas pada kata-kata. Makna melibatkan pemahaman dan interpretasi pesan oleh individu yang terlibat dalam komunikasi. Faktor-faktor seperti konteks komunikasi, pengetahuan dan pengalaman individu, serta budaya berpengaruh terhadap makna yang diterima. Bahasa dan makna saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan dalam komunikasi. Bahasa digunakan untuk mengirimkan makna, dan makna diperoleh melalui pemahaman dan interpretasi pesan yang disampaikan melalui bahasa.

Hubungan antara bahasa dan makna dapat dilihat lebih lanjut pada teori segitiga semantik Ogden dan Richards yang dianggap relevan hingga saat ini (Gari et al., 2019). Teori tersebut terdiri dari tiga komponen utama, yaitu simbol (symbol), gagasan (reference), dan acuan (referent). Simbol ini dapat berupa kata-kata atau unsur kebahasaan lainnya. gagasan mengacu pada konsep atau referensi yang ada dalam pikiran seseorang. Sedangkan acuan merujuk pada objek nyata di dunia ini.

Menurut teori segitiga semantik ini, hubungan antara simbol dan acuan bersifat tidak langsung. Artinya, simbol tidak secara langsung merujuk pada acuan atau

objek dunia nyata. Namun, hubungan antara simbol dan pikiran, serta pikiran dan acuan bersifat langsung. Ini berarti makna terbentuk melalui hubungan antara simbol dan acuannya, dan pikiran berperan sebagai penghubung antara simbol dan acuan (Apriliya et al., 2020).

Hal lain untuk mengetahui hakikat makna adalah pemahaman tentang konteks bahasa. konteks bahasa terdiri dari tiga bagian pokok: rangsangan penutur, ujaran (yang meliputi tanggapan penutur dan rangsangan pendengar), dan tanggapan pendengar. Rangsangan penutur berperan sebagai pemberi informasi bagi tuturannya, yang kemudian menjadi rangsangan bagi mitra tutur untuk memberikan tanggapan. Makna suatu ujaran tidak semata-mata ditentukan oleh stimulus, karena ada kalanya hubungan respons tidak dapat direduksi menjadi stimulus. Makna suatu tuturan adalah keseluruhan seluruh ciri yang terkandung di dalamnya yang turut menunjang terpeliharanya pola kehidupan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa makna dipengaruhi oleh konteks sosio-kultural di mana makna tersebut digunakan. Singkatnya, konteks mempengaruhi penafsiran makna dengan memberikan informasi yang diperlukan dan isyarat situasional untuk memahami pesan yang dimaksudkan. Hal ini memperhitungkan stimulus pembicara, ujaran itu sendiri, dan respon pendengar, serta konteks sosio-kultural yang lebih luas di mana komunikasi terjadi (Acheoah et al., 2018).

Dalam proses interaksi sosial, manusia memberi makna pada simbol-simbol seperti objek, peristiwa, pembicaraan, atau tulisan. Makna ini kemudian digunakan dalam interaksi tersebut untuk membentuk konsep diri manusia dan memahami dunia sekitarnya. Dalam teori interaksi simbolik, makna tak hanya berasal dari proses mental individu, tetapi juga hasil dari interaksi sosial.

Manusia mengembangkan serangkaian simbol yang kompleks untuk memberi makna pada dunia yang paradoksal ini. Dalam konteks komunikasi, penggunaan simbol-simbol ini selalu ada dalam setiap proses komunikasi. Perubahan dalam pola interaksi sosial akan membawa perubahan pada makna simbol-simbol yang digunakan (Haris & Amalia, 2018).

Teori-Teori untuk Memahami Makna

Hakikat makna dalam komunikasi merupakan fenomena yang kompleks dan beraneka segi. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor dan sudut pandang. Para ahli telah mengajukan berbagai teori untuk memahami hakikat makna. Beberapa teori tersebut antara lain:

1. Teori Acuan (Referensial Theory): Teori ini mengemukakan bahwa makna dalam komunikasi dapat ditemukan dengan mengidentifikasi apa yang menjadi acuan atau referensi oleh simbol atau kata-kata yang digunakan. Acuan tersebut bisa berupa benda, peristiwa, proses, atau kenyataan. Teori ini menekankan pentingnya hubungan antara elemen linguistik (kata-kata) dengan dunia pengalaman yang non-linguistik (Ibrahim, 2015).
2. Teori Tingkah Laku (Behavioral Theory): Teori ini menyatakan bahwa makna dalam komunikasi dapat dikenali dengan memperhatikan keterkaitannya dengan respon atau stimuli yang diterima oleh penerima pesan. Teori ini berpendapat bahwa bahasa atau kata-kata merupakan respon terhadap rangsangan yang diterimanya. Dengan demikian, makna dapat ditemukan dengan mengenali keterkaitan antara stimuli dan respon tersebut (Ibrahim, 2015).

3. Teori Makhluk Sosial (Social Being Theory): Teori ini menekankan pentingnya konteks sosial dan budaya dalam memahami makna dalam komunikasi. Teori ini mengakui bahwa setiap individu memiliki latar belakang pengetahuan dan pengalaman yang berbeda, yang mempengaruhi cara mereka memberikan makna dalam komunikasi. Selain itu, teori ini juga mengakui bahwa komunikasi yang efektif tergantung pada kemampuan individu untuk memberikan makna bersama atau makna yang sama dalam komunikasi.

Lain halnya dengan Acheoah et al. (2018). Dalam artikelnya mengajukan beberapa teori untuk memahami makna, yaitu:

1. Postulat Makna
Teori ini berpendapat bahwa makna setiap kata ditentukan oleh semantik atau postulat di mana kata tersebut dapat muncul atau dikaitkan dengannya. Namun, para kritikus berpendapat bahwa teori ini bergantung pada leksem dan mengabaikan batasan pragmatis dalam penggunaan bahasa.
2. Teori Citra Makna
Menurut teori ini, makna sebuah kata adalah gambaran mental yang muncul di benak pembicara atau pendengar.
3. Makna sebagai Penggunaan
Teori ini mengemukakan bahwa makna suatu kata adalah komponen semantiknya, dan kata-kata memiliki unsur makna.
4. Teori Makna Kontekstual
Teori ini mengusulkan bahwa makna suatu ekspresi adalah tindakan yang dilakukannya, dengan menekankan potensi pragmatisnya.
5. Semantik Kebenaran-Kondisi

Teori ini berfokus pada nilai kebenaran ucapan dan berasumsi bahwa semua hubungan semantik dapat didefinisikan dalam bentuk penerjemahan kalimat ke dalam konsep atom atau fitur semantik.

6. Semantik Generatif

Teori ini mengemukakan bahwa makna sebuah kalimat adalah fungsi dari morfem yang dikandungnya dan cara morfem tersebut digabungkan secara sintaksis. Ini menekankan komposisionalitas makna dan korelasi antara struktur dan makna yang dalam.

Teori-teori ini memberikan perspektif berbeda tentang bagaimana makna dikonstruksi dan ditafsirkan dalam bahasa.

Jenis-Jenis Makna

Menurut Leech (dalam Yunira et al., 2019), terdapat tujuh jenis makna yang ada. Tujuh jenis makna tersebut memiliki kontribusi yang signifikan dalam bidang semantik. Tujuh jenis makna tersebut adalah:

1. Makna Konseptual

Juga dikenal sebagai makna denotatif, kognitif, atau deskriptif merujuk pada pemahaman logis dari suatu pernyataan dan dianggap sebagai elemen esensial dalam mempelajari tata bahasa. Ini merupakan makna pokok atau universal yang bisa diungkapkan dalam bentuk kata-kata dan juga dalam bentuk klausa atau kalimat sederhana.

2. Makna Konotatif

Nilai komunikatif suatu ungkapan merujuk pada makna yang ingin disampaikan. Makna ini terkait dengan hubungan antara sebuah kata dan hal yang dimaksudkan.

3. Makna Kolokatif

Kata-kata yang muncul karena kata-kata tersebut cenderung memiliki makna yang sering muncul dalam konteks yang sama.

4. Makna Reflektif

Merujuk pada fenomena di mana suatu kata atau frasa memiliki korelasi dengan berbagai arti. Ini dapat disebut sebagai fenomena di mana penggunaan suatu kata pada konteks tertentu secara simultan memunculkan tanggapan yang menghasilkan pemahaman yang berbeda, atau dalam istilah lain, terdapat ambiguitas.

5. Makna Afektif

Makna afektif berhubungan dengan emosi atau sikap individual dari penutur dan memiliki keterkaitan tidak langsung dengan representasi konseptual.

6. Makna Sosial

Merujuk pada konsep yang menggambarkan konteks sosial subjek yang menggunakan bahasa. Artinya, konsep ini tumpang tindih dengan aspek fonetik, leksikal, dan sintaktik dalam wicara individu yang berada dalam kelompok tertentu.

7. Makna Tematik

Makna suatu kata terjadi karena terdapat penekanan atau intonasi dalam kalimat atau pernyataan yang disampaikan

Semantik memainkan peran yang sangat penting dalam memahami bahasa dan komunikasi. Dengan menganalisis makna kata, frasa, dan kalimat, semantik membantu kita memahami pesan yang ingin disampaikan dan mengkomunikasikan pemikiran kita dengan efektif. Dapat disimpulkan bahwa makna dipengaruhi oleh faktor linguistik dan ekstralinguistik, sehingga menjadi usaha yang tidak pernah berakhir. Makna kata-kata juga

dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya, dan terus berubah seiring waktu. Makna kata-kata juga dipengaruhi oleh tata bahasa yang digunakan dalam suatu bahasa, serta konvensi yang telah disepakati oleh para pembicara bahasa tersebut. Selain itu, makna kata-kata juga dapat bersifat representatif, karena kata-kata digunakan untuk mewakili objek atau konsep dalam dunia nyata. Namun, penting untuk diingat bahwa makna kata-kata bersifat sistematis tetapi tidak selalu menyeluruh. Kajian semantik bertujuan untuk memahami esensi makna dan signifikansi dalam lingkup linguistik kontemporer. Tujuan utamanya adalah untuk mengidentifikasi bagaimana makna dibangun dalam kalimat dan bagaimana makna tersebut dipahami oleh pembaca atau pendengar. Kajian semantik juga memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana makna dapat berubah dan berkembang dalam bahasa seiring berjalannya waktu