

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

1. Komunikasi

a) Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama.¹⁰ Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communications is the process to modify the behavior of other individuals*). Maksudnya disini ialah seseorang akan dapat mengubah sifat, pendapat, atau perilaku orang lain apabila komunikasinya itu secara komunikatif sehingga pesan yang disampaikan efektif.¹¹

Laswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut : siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya?¹² Menurut Berelson dan Stainer komunikasi itu adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik dan sebagainya, tindakan atau proses transmisi itulah yang dianggap komunikasi.¹³

Komunikasi adalah mempunyai pusat perhatian dalam situasi perilaku dimana sumber menyampaikan pesan kepada penerima secara sadar untuk mempengaruhi perilaku. Jadi, komunikasi adalah proses

¹⁰ Onong Uchajana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remadja Karya,2004), 09

¹¹ *Ibid*

¹² Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada,2009),19

¹³ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: ROSDA,2004),62

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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

b) Proses Komunikasi

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

1) Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Dalam proses komunikasi, lambang sebagai media primer adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya. Schramm mengatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan, yakni paduan pengalaman dan pengertian yang pernah diperoleh oleh komunikan.

Jika bidang pengalaman komunikator sama dengan pengalaman komunikan, komunikasi akan berlangsung lancar. Sebaliknya, bila pengalaman komunikan tidak sama dengan pengalaman komunikator, akan timbul kesukaran untuk mengerti sama lain.

2) Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Proses komunikasi secara sekunder menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa dan media nirmassa atau media nonmassa.¹⁴

¹⁴ Onong Uchajana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remadja Karya,2004), 13

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c) Unsur-unsur Komunikasi

1) *Source* (Sumber) adalah individu atau pejabat humas yang berinisiatif sebagai sumber untuk menyampaikan pesan-pesannya, atau lebih sering dikenal dengan nama komunikator.

2) *Message* (Pesan) adalah suatu gagasan dan ide berupa pesan, informasi, pengetahuan, ajakan, bujukan/ungkapan bersifat pendidikan, emosi dan lain-lain yang akan disampaikan komunikator kepada perorangan/kelompok tertentu. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content* atau *informasi*.

3) *Channel* (saluran) adalah sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Menurut Rosady, channel adalah berupa media, sarana, atau saluran yang dipergunakan oleh komunikator dalam mekanisme penyampaian pesan-pesan kepada khalayaknya.

4) Penerima atau komunikan adalah orang yang menerima pesan dan menerima apa yang disampaikan oleh komunikator.

5) *Feedback* (umpan balik) adalah respon yang diberikan oleh komunikan atas pesan yang disampaikan komunikator. Umpan balik terdiri atas dua jenis yaitu umpan balik positif dan umpan balik negatif.

6) *Noise* adalah gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat pesan yang diterima komunikan berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.¹⁵

¹⁵ Rosady Ruslan S.H, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), 83

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d) Bentuk Komunikasi

1) Komunikasi Intra Personal

Komunikasi intra personal, secara harfiah dapat diartikan sebagai komunikasi dengan diri sendiri. Hal ini sering dijelaskan dengan proses ketika seseorang melakukan proses persepsi, yaitu proses ketika seseorang mengintrepetasikan dan memberikan makna pada stimulus atau objek yang diterima panca inderanya.

2) Komunikasi Interpersonal

Komunikasi Interpersonal dapat diartikan sebagai proses pertukaran makna orang-orang yang saling berkomunikasi. Komunikasi ini dilakukan oleh dua orang atau lebih dan terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan.

3) Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah interaksi tatap muka antara tiga orang atau lebih dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, pemecahan masalah yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota yang lain secara cepat.

4) Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik luas. Disisi lain komunikasi massa juga diartikan sebagai proses komunikasi dimana, pesan dari media dicari, digunakan dan dikonsumsi oleh audience.¹⁶

¹⁶ Onong Uchajana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remadja Karya, 2004), 07

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e) Sifat Komunikasi

Komunikasi mempunyai dua sifat umum, yaitu langsung dan tidak langsung. Komunikasi langsung berupa tatap muka (*face to face*) antara manusia satu dengan manusia lain. Sedangkan komunikasi tidak langsung manusia memerlukan perantara atau media untuk menghubungkan manusia satu dengan lain, misalnya : TV, internet, surat kabar, dan lain-lain. Dari dua sifat diatas, komunikasi dibagi kembali menjadi dua sifat, yaitu verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal berupa percakapan lisan dan tulisan, sedangkan komunikasi nonverbal dapat berupa bahasa tubuh, gambar, warna, penampilan fisik, dan lain-lain.¹⁷

f) Fungsi Komunikasi

1) Untuk menyampaikan informasi (*to inform*)

Karena perilaku menerima informasi merupakan perilaku alamiah masyarakat. Dengan menerima informasi yang benar masyarakat akan merasa aman dan tentram. Informasi akurat diperlukan oleh beberapa bagian masyarakat untuk bahan dalam pembuatan keputusan. Informasi disampaikan pada masyarakat melalui berbagai tatanan komunikasi, tetapi yang lebih banyak melalui kegiatan mass communication.

2) Mendidik (*to educate*)

Kegiatan komunikasi pada masyarakat dengan memberikan berbagai informasi tidak lain agar masyarakat menjadi lebih baik, lebih maju, lebih berkembang kebudayaannya. Kegiatan mendidik masyarakat dalam arti luas adalah memberikan berbagai informasi yang dapat menambah kemajuan

¹⁷ Onong Uchajana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remadja Karya, 2004), 07

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masyarakat dengan tatanan komunikasi massa. Tetapi kegiatan mendidik masyarakat yang paling efektif adalah melalui kegiatan komunikasi interpersonal antara penyuluh dengan anggota masyarakat, antara guru dengan murid, antara pemimpin dengan bawahan, dan antara orang tua dan anaknya.

3) Menghibur (*to entertain*)

Perilaku masyarakat menerima informasi selain untuk memenuhi rasa aman juga menjadi sarana hiburan masyarakat. Apalagi pada masa sekarang ini banyak penyajian informasi melalui sarana seni hiburan.

4) Mempengaruhi (*to influence*)

Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat juga dapat dijadikan sarana untuk mempengaruhi masyarakat tersebut ke arah perubahan sikap dan perilaku yang diharapkan. Misalnya mempengaruhi masyarakat untuk mendukung suatu pilihan dalam pemilu dapat dilakukan melalui komunikasi massa dalam bentuk kampanye, propaganda, selebaran-selebaran, spanduk dan sebagainya. Tetapi berdasarkan beberapa penelitian kegiatan mempengaruhi masyarakat akan lebih efektif dilakukan melalui komunikasi interpersonal.¹⁸

g) Tujuan Komunikasi

1) Perubahan Sikap (*attitude change*)

Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akana berubah sikapnya.

¹⁸ Onong Uchajana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remadja Karya, 2004), 07

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Perubahan Pendapat (*opinion change*)

Memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarakat mau berubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi itu disampaikan.

3) Perubahan Perilaku (*behavior change*)

Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akanberubah perilakunya.

4) Perubahan Sosial (*social change*)

Memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi itu disampaikan.¹⁹

2. Model Komunikasi

a) Definisi Model Komunikasi

Sereno dan Mortensen mengembangkan bahwa model komunikasi merupakan deskripsi awal ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi. Model Komunikasi merepresentasikan secara abstrak ciri-ciri penting dan menghilangkan rincian komunikasi yang tidak perlu dalam dunia nyata.²⁰

Seperti yang dikatakan Severin dan Tankard model membantu merumuskan dan menyarankan hubungan. Oleh karena hubungan antara model dengan teori begitu erat, model sering dicampur adukkan dengan teori. Oleh karena itu kita memilih unsur-unsur tertentu yang kita masukkan dalam model, suatu model mengimplikasikan penilaian atas relevansi, dan ini pada gilirannya mengimplikasikan teori mengenai fenomenayang diteorikan. Model dapat berfungsi sebagai basis bagi teori yang

¹⁹ Onong Uchajana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remadja Karya, 2009), 08

²⁰ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: ROSDA,2007), 132

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lebih kompleks, alat untuk menjelaskan teori dan menyarankan cara-cara untuk memperbaiki konsep-konsep.²¹

b) Model-model Komunikasi

1) Model S-R

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

Model S-R ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan-tulisan), isyarat-isyarat nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu yang akan merangsang orang lain untuk memberikan respons dengan cara tertentu. Oleh karena itu kita dapat menganggap proses ini sebagai pertukaran atau perpindahan informasi atau gagasan. Proses ini dapat bersifat timbal balik dan mempunyai banyak efek dan setiap efek dapat mengubah tindakan komunikasi berikutnya.

Model S-R mengabaikan komunikasi sebagai suatu proses, khususnya yang berkenaan dengan faktor manusia. Secara implisit ada asumsi dalam model S-R ini bahwa perilaku (respons) manusia dapat diramalkan. Ringkasnya, komunikasi dianggap statis ; manusia dianggap berperilaku karena kekuatan dari luar (stimulus), bukan berdasarkan kehendak, keinginan, atau kemauan bebasnya.

2) Model Aristoteles

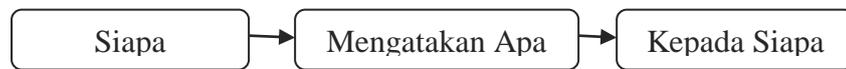
Model Aristoteles adalah model komunikasi paling klasik, yang sering juga disebut model retorik. Model ini membuat rumusan tentang model komunikasi verbal yang pertama. Komunikasi terjadi saat pembicara menyampaikan pesannya kepada khalayak dengan tujuan mengubah perilaku mereka. Model ini mempunyai 3 bagian dasar dari komunikasi,

²¹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: ROSDA, 2007), 132

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pembicara (*speaker*), pesan (*message*), dan pendengar (*listener*).



Gambar 2.1 : Model Aristoteles

Model ini lebih berorientasi pada pidato. Terutama pidato untuk mempengaruhi orang lain. Model komunikasi Aristoteles ini intinya adalah persuasi, yaitu komunikasi yang terjadi ketika seorang pembicara menyampaikan pembicaraannya kepada khalayak dalam mengubah sikap mereka. Model komunikasi Aristoteles sangat sederhana, karena tidak memuat unsur-unsur lainnya yang dikenal dalam model komunikasi, seperti : saluran, umpan balik, efek, dan kendala atau gangguan komunikasi. Salah satu kelemahan model ini adalah bahwa komunikasi dianggap fenomenayang statis. Kelemahan lain model ini adalah tidak dibahasnya aspek-aspek nonverbal dalam persuasi.²²

3) Model Komunikasi Laswell

Model ini dikemukakan oleh Harold Laswell tahun 1948 yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsi-fungsi yang diembannya dalam masyarakat. Teori ini adalah teori paling nyaman untuk menjelaskan aksi komunikasi.



Gambar 2.2 : Model Laswell

Adapun penjabaran mengenai elemen pada model komunikasi Laswell yaitu :

²² Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: ROSDA,2007), 132

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a) Komunikator

Komunikator yaitu pelaku atau pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dan juga yang memulai suatu komunikasi. Pihak tersebut bisa seorang individu maupun kelompok.

b) Pesan

Menjelaskan apa yang akan disampaikan kepada komunikan (penerima) berupa isi informasi.

c) Saluran

Suatu alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung maupun tidak langsung.

d) Penerima

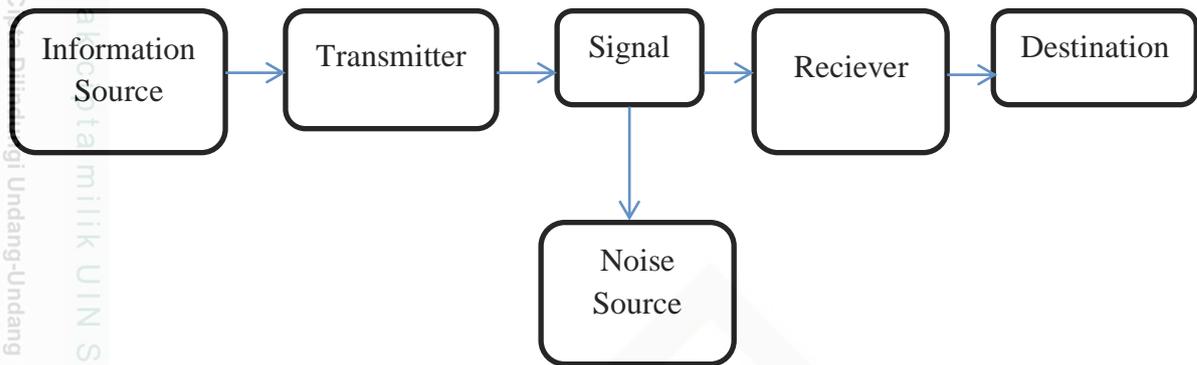
Yang menerima pesan dari sumber. Hal ini dapat disebut sebagai tujuan, pendengar, khalayak, dan komunikan.

e) Efek

Dampak atau efek yang terjadi pada komunikan setelah menerima pesan dari narasumber seperti perubahan sikap dan bertambahnya pengetahuan.

4) Model Shannon dan Weaver

Salah satu model awal komunikasi dikemukakan Claude Shannon dan Warren Weaver dalam buku *The Mathematical Theory of Communication*. Model ini menjelaskan bahwa komunikasi merupakan informasi sebagai pesan ditransmisikan dalam bentuk pesan kepada penerima (receiver) untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu yang dalam prosesnya memiliki kemungkinan terjadinya noise atau gangguan.



Gambar 2.3 : Model Shannon dan Weaver

Model Shannon dan Weaver ini menyoroti problem penyampaian pesan berdasarkan tingkat kecermatannya. Model itu melukiskan suatu sumber yang menyandi atau menciptakan pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran kepada seorang penerima yang menyandi balik atau mencipta ulang pesan tersebut. Dengan kata lain, model Shannon dan Weaver mengasumsikan bahwa sumber informasi menghasilkan pesan untuk dikomunikasikan dari seperangkat pesan yang dimungkinkan. Pemancar (transmitter) mengubah pesan menjadi sinyal yang sesuai dengan saluran yang digunakan. Saluran (channel) adalah medium yang mengirimkan sinyal (tanda) dari transmitter ke penerima (receiver). Dalam percakapan, sumber informasi ini adalah otak, transmitternya adalah mekanisme suara yang menghasilkan sinyal (kata-kata terucapkan), yang ditransmisikan lewat udara (sebagai saluran). Penerima (reciever), yakni mekanisme pendengaran, melakukan operasi sebaliknya yang dilakukan transmitter dengan merekonstruksi dari sinyal, sasaran (destination) adalah (otak) orang yang tujuan pesan itu.

Model Shannon dan Weaver dapat diterapkan kepada konteks-konteks komunikasi lainnya seperti komunikasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

antarpribadi, komunikasi public atau komunikasi massa. Sayangnya model ini juga memberikan gambaran yang parsial mengenai proses komunikasi. Komunikasi dipandang sebagai fenomena statis dan satu arah dan juga tidak ada konsep umpan balik atau transaksi yang terjadi dalam penyandian dan penyandian balik dalam model tersebut.

5) Model Gerbner

Model dari Gebner lebih kompleks dibandingkan model dari Shannon dan Weaver, namun masih menggunakan kerangka model proses linier. Kelebihan model Gerbner dibandingkan milik Shannon dan Weaver ada dua, yaitu modelnya menghubungkan pesan dengan realitas dan konteks (about) sehingga membuat kita bisa mendekati pertanyaan mengenai persepsi dan makna, dan model ini memandang proses komunikasi terdiri dari dua dimensi berbeda, dimensi persepsi atau penerimaan, dan dimensi komunikasi atau alat dan kontrol.

6) Model Newcomb

Theodore Newcomb memandang komunikasi dari perspektif psikologi social modelnya mengingatkan kita akan diagram jaringan kelompok yang dibuat oleh para psikologi sosial dan merupakan formulasi awal dan merupakan formulasi awal mengenai konsistensi kognitif. Dalam komunikasi model tersebut yang sering juga disebut model ABX atau model simetri Newcomb menggambarkan bahwa seseorang, A menyampaikan informasi kepada seorang lainnya, B, mengenai sesuatu, X model tersebut mengasumsikan bahwa orientasi A (sikap) terhadap B dan terhadap X saling bergantung, dan ketiganya merupakan suatu sistem yang terdiri dari empat orientasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam model Newcomb, komunikasi adalah cara lazim dan aktif yang memungkinkan orang-orang mengorientasikan diri terhadap lingkungan mereka. Ini adalah suatu model tindakan komunikatif dua orang yang disengaja (intensional). Model ini mengisyaratkan bahwa setiap sistem apa pun mungkin ditandai oleh keseimbangan kekuatan dan bahwa setiap perubahan dalam bagian manapun dari sistem tersebut akan menimbulkan ketegangan terhadap keseimbangan atau simetri, karena ketidakseimbangan atau kekurangan simetri secara psikologis tidak menyenangkan dan menimbulkan tekanan internal untuk memulihkan keseimbangan.

7) Model Berlo

Sebuah model lain yang di kenal luas adalah model model David K. Berlo, yang ia kemukakan pada tahun 1960. Model ini di kenal dengan model SMCR, kepanjangan dari *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran), dan *Receiver* (penerima). Bagaimana dikemukakan Berlo, sumber adalah pihak yang yang menciptakan pesan, baik seseorang ataupun suatu kelompok. Pesan adalah terjemahan gagasan kedalam suatu kode simbolik, seperti bahasa atau isyarat, saluran adalah medium yang membawa pesan dan penerima adalah orang yang menjadi sasaran komunikasi.

Dalam situasi tatap muka, kelompok kecil dan komunikasi public (pidato), saluran komunikasinya adalah udara yang menyalurkan gelombang suara. Dalam komunikasi massa terdapat banyak saluran televisi, radio dan lain sebagainya. Model Berlo juga melukiskan beberapa faktor pribadi yang mempengaruhi proses komunikasi : proses keterampilan berkomunikasi, pengetahuan system sosial dan lingkungan budaya sumber dan penerima. Menurut model Berlo, sumber dan penerima pesan dipengaruhi oleh faktor-faktor:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keterampilan komunikasi, sikap, pengetahuan, system sosial, dan budaya. Pesan dikembangkan berdasarkan elemen, struktur, isi, perlakuan, dan kode. Salah satu kelebihan model Berlo adalah bahwa model ini tidak terbatas pada komunikasi public atau komunikasi massa namun juga komunikasi antar pribadi dan berbagai bentuk komunikasi tertulis.

3. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat golongan masyarakat yang sedang kondisi miskin, sehingga mereka dapat melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun kemampuan masyarakat, dengan mendorong, memotivasi, membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki dan berupaya untuk mengembangkan potensi itu menjadi tindakan nyata.²³

Menurut Chambers, pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan yang bersifat “*people-centered*”, *participatory*, *empowering*, and *sustainable*. Konsep pemberdayaan lebih luas dari sekedar upaya untuk memenuhi kebutuhan dasar atau sekedar mekanisme untuk mencegah proses pemiskinan lebih lanjut (*safety net*).²⁴

Konsep pemberdayaan masyarakat jika ditelaah sebenarnya berangkat dari pandangan yang menempatkan manusia sebagai subjek dari dunianya sendiri. Pola dasar gerakan pemberdayaan ini mengamanatkan kepada perlunya *power* dan menekankan keberpihakan kepada kelompok yang tak berdaya. Pemberdayaan di dalamnya mengandung nilai-nilai intrinsik dan instrumental. Pemberdayaan

²³ Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013),

²⁴ Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memiliki relevansi pada dataran individual dan kelembagaan serta bisa berkaitan dengan masalah perekonomian, sosial maupun politik. Terdapat beberapa kemungkinan definisi tentang pemberdayaan, termasuk definisi pemberdayaan yang berbasis pada hak-hak asasi.²⁵

Proses pemberdayaan mengandung dua kecenderungan. Pertama, proses pemberdayaan menekankan kepada proses memberikan atau mengalihkan sebagian kekuasaan, kekuatan, atau kemampuan kepada masyarakat agar individu menjadi lebih berdaya. Proses ini dilengkapi dengan upaya membangun aset material guna mendukung pembangunan kemandirian mereka melalui organisasi. Kecenderungan pemberdayaan jenis ini disebut kecenderungan primer dari makna pemberdayaan. Kedua, kecenderungan pemberdayaan yang dipengaruhi.

Pemberdayaan masyarakat umumnya dirancang dan dilaksanakan secara komprehensif. Artinya pemberdayaan memiliki karakteristik : pemberdayaan masyarakat berbasis lokal, berorientasi pada peningkatan kesejahteraan, berbasis kemitraan, secara holistik dan berkelanjutan. Pemberdayaan masyarakat berbasis lokal jika perencanaan dan pelaksanaannya dilakukan pada lokasi setempat dan melibatkan sumber daya lokal *return to local resource* dan hasilnya pun dinikmati oleh masyarakat lokal. Dengan demikian, maka prinsip daya saing komparatif akan dilaksanakan sebagai dasar atau langkah awal untuk mencapai daya saing kompetitif . Program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat yang berbasis lokal tidak membuat penduduk lokal sekedar penonton dan pemerhati di luar sistem, tetapi melibatkan mereka dalam pembangunan itu sendiri.²⁶

Pemberdayaan masyarakat berorientasi kesejahteraan apabila ia dirancang dan dilaksanakan dengan fokus untuk meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat dan bukannya meningkatkan produksi. Ini mengubah prinsip-prinsip yang dianut selama ini, yaitu bahwa pencapaian

²⁵ *Ibid*

²⁶ Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pembangunan lebih diarahkan pemenuhan target-target variabel ekonomi makro. Upaya yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan ini, antara lain berupa pembentukan bentuk usaha kemitraan yang mutualistis antara orang lokal dengan orang yang lebih mampu. Kemitraan akan membuka akses orang lokal terhadap teknologi, pasar, pengetahuan, modal, manajemen yang lebih baik serta pergaulan bisnis yang lebih luas.

Pemberdayaan masyarakat bersifat holistik berarti ia mencakup semua aspek. Untuk setiap sumber daya lokal patut diketahui dan didayagunakan. Hal ini untuk menghindarkan masyarakat dari sikap ketergantungan kepada segala sesuatu. Dalam program pemberdayaan masyarakat nelayan misalnya, para nelayan hendaknya dididik untuk tidak selalu bergantung pada perikanan. Karena ketergantungan yang berlebihan kepada laut akan mengakibatkan terjadinya degradasi sumber daya ikan, penurunan produksi, kenaikan biaya produksi, penurunan pendapatan, dan penurunan kesejahteraan.

Pemberdayaan masyarakat sejalan dengan prinsip pembangunan yang berkelanjutan jika programnya dirancang dan dilaksanakan dengan memerhatikan keberlanjutan dari segi ekonomi maupun segi sosial. Keberlanjutan ekonomi berarti bahwa tidak ada eksploitasi ekonomi dari perilaku ekonomi yang kuat terhadap yang lemah.²⁷

Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya membangun kemampuan (*capacity bulding*) masyarakat dan memberdayakan sumber daya manusia yang ada melalui pengembangan kelembagaan, sarana dan prasarana serta pengembangan tiga p (pendampingan, penyuluhan, dan pelayanan).

Pemberdayaan akan berjalan sesuai yang diharapkan jika dilakukan dengan pendekatan yang benar. Menurut Mangatas Tampubolon, ada tiga tipe pendekatan pemberdayaan dalam rangka meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan :

²⁷Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. *The single function*. Secara keseluruhan program atau teknik pemberdayaan masyarakat ditangani oleh agen pembanguan dari luar. Umumnya pendekatan ini kurang mendapat respon positif dari masyarakat. Hal ini terjadi karena warga masyarakat merasa sangat asing dengan berbagai program dari luar. Oleh karena itu, meskipun pendekatan pemberdayaan masyarakat seperti ini diakui sebagai inovasi yang baik, namun dalam prakteknya sulit diadopsi. Pendekatan ini dianggap akan menjadikan masyarakat tergantung kepada bantuan orang lain, dan pada gilirannya mengakibatkan inisiatif masyarakat tidak berkembang.
2. *The multiple approach*. Program pemberdayaan masyarakat dilaksanakan oleh sebuah tim ahli dari luar dengan cara memberikan berbagai pelayanan dalam rangka memecahkan masalah yang dihadapi masyarakat. Pola ini, dinilai tidak mampu memberdayakan masyarakat optimum, karena segala sesuatu tergantung pada tim ahli yang datang dari luar.
3. Adapun pendekatan yang paling efektif adalah *the inner reources approach*. Pendekatan ini menekankan pentingnya merangsang masyarakat untuk mampu mengidentifikasi keinginan-keinginan dan kebutuhan-kebutuhannya sendiri dan bekerja secara kooperatif dengan pemerintah dan badan-badan lain dalam rangka memenuhi kebutuhan dan memecahkan permasalahan mereka. Pendekatan ini mendidik warga masyarakat menjadi lebih peduli terhadap kegiatan aktif dalam memecahkan masalah yang mereka hadapi dengan memberdayakan potensi yang telah dimiliki.²⁸

Pemberdayaan harus dilakukan secara terus menerus, komprehensif, dan sampai ambang batas tercapainya keseimbangan yang dinamis antara

²⁸ Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013),

pemerintah dan semua segmen yang diperintah. Menurut Ndraha, bentuk-bentuk pemberdayaan yaitu :

- 1) Pemberdayaan politik, yang bertujuan meningkatkan daya tawar (*bargaining position*) yang diperintah terhadap pemerintah. *Bargaining* ini dimaksudkan agar yang diperintah mendapatkan apa yang merupakan haknya dalam bentuk barang, jasa, layanan dan kepedulian tanpa merugikan pihak lain. Utomo menyatakan bahwa birokrasi yang berdaya dan tangguh adalah yang memiliki kualitas kehidupan kerja (*quality of work life*) yang tinggi dan berorientasi kepada : partisipasi dalam pengambilan keputusan (*participation in decision making*), program pengembangan karir (*career development program*), gaya kepemimpinan (*leadership style*), derajat tekanan yang dialami oleh karyawan (*the degrees of stress experienced by employees*), dan budaya organisasi (*the culture of the organization*).
- 2) Pemberdayaan ekonomi, diperuntukkan sebagai upaya meningkatkan kemampuan yang diperintah sebagai konsumen agar dapat berfungsi sebagai penanggung dari dampak negatif pertumbuhan, pembayar resiko salah urus, pemikul beban pembangunan, kegagalan program, dan akibat kerusakan lingkungan.
- 3) Pemberdayaan sosial-budaya, bertujuan meningkatkan kemampuan sumber daya manusia melalui *human investment* guna meningkatkan nilai manusia (*human dignity*), dan perlakuan yang adil terhadap manusia.
- 4) Pemberdayaan lingkungan, dimaksudkan sebagai program perawatan dan pelestarian lingkungan, agar pihak yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diperintah dan lingkungannya mampu beradaptasi secara kondusif dan saling menguntungkan²⁹

B. Kajian Terdahulu

Penelitian mengenai strategi model komunikasi sudah ada sebelumnya. Penelitian tersebut sangat banyak memberikan masukan dan kontribusi dalam penyelesaian penelitian ini.

- 1.) Skripsi Rina Saltira, Model Komunikasi Humas Dalam Mensosialisasikan Hasil Pembangunan Di Kabupaten Kuantan Singingi.

Menurut analisa dari hasil penelitian, Program pembangunan yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Kuantan Singingi menjadi perhatian khusus bagi Humas untuk mensosialisasikan pembangunan kepada masyarakat, karena pembangunan mengarah kepada perubahan-perubahan sosial yang terjadi ditengah-tengah masyarakat, hingga masyarakat mengetahui program pembangunan.

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Kegiatan yang dilakukan dalam metode penelitian tersebut yaitu pengumpulan data berdasarkan kenyataan dilapangan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Selain itu, sebagai data primer adalah hasil wawancara. Sedangkan data sekunder yakni diperoleh dari arsip-arsip dan dokumen-dokumen serta berita yang berhubungan dengan pembangunan.

Hasil penelitian ini adalah model komunikasi Humas Pemerintah Kabupaten Kuantan Singingi menggunakan Model

²⁹Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

two way symmetrical selain itu humas juga memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam memberikan komentar atau saran kepada humas melalui kotak saran yang diletakkan disetiap sudut kantor pemerintah.³⁰

- 2.) Skripsi Nanang Satria, Model Komunikasi Humas Pemerintah Kabupaten Rokan Hilir dalam Menyebarluaskan Informasi Pembangunan Kepada Masyarakat Kecamatan Bangko. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bahwa penyebaran informasi kepada masyarakat tidak semata-mata sebatas agar masyarakat tahu, akan tetapi humas pemerintah harus lebih gencar mengadakan pendekatan persuasive sebagai langkah strategis yang menimbulkan dan membangkitkan motivasi masyarakat agar dapat berpartisipasi dalam pembangunan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Kualitatif dipilih dikarenakan data yang akan diteliti atau dijelaskan dengan apa adanya sekaligus akan mendapatkan suatu pemahaman. Hasil penelitian diketahui bahwa kerja keras yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Rokan Hilir dalam melaksanakan berbagai pembangunan serta didukung seluruh elemen masyarakat selama ini telah membuahkan hasil yang cukup signifikan. Keberhasilan pembangunan tersebut tentu tak lepas dari kinerja menjalankan program pokok dan strategi yang telah disusun.³¹
- 3.) Skripsi Ayu Novita, Model Komunikasi Humas Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Riau dan Kepulauan Riau Dalam Mensosialisasikan Pajak. Metodologi Penelitian yang

³⁰ Skripsi, Rina Saltira, *Model Komunikasi Humas Dalam Mensosialisasikan Hasil Pembangunan Di Kabupaten Kuantan Singingi*, 2015, UIN SUSKA Riau

³¹ Skripsi, Nanang Satria, *Model Komunikasi Humas Pemerintah Kabupaten Rokan Hilir Dalam Menyebarluaskan Informasi Pembangunan Kepada Masyarakat Kecamatan Bangko*, 2013, UIN SUSKA Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kemiripan model komunikasi yang digunakan oleh seksi penyuluhan, pelayanan, dan hubungan masyarakat dengan model Lasawell. Perbedaannya dengan model Lasswell terlihat pada pengolahan feedback yang diberikan oleh komunikan. Feedback ini dikembalikan kepada komunikator sebagai bahan evaluasi kinerja, sedangkan model Lasswell tidak. Model komunikasi yang digunakan yaitu upaya meningkatkan kepatuhan masyarakat (wajib pajak) dalam memenuhi kewajiban perpajakan, memberikan pengetahuan, meningkatkan pemahaman serta standar pelayanan. Hal ini terbukti dengan meningkatnya target wajib pajak sebesar 16 triliun menjadi 18 triliun di tahun 2014.³²

- 4.) Penelitian Hadiwijaya Lesmana Salim dan Dini Purbani, dengan judul penelitian : Pengembangan Pariwisata Bahari Berbasis Masyarakat di Pulau Kaledupa, Kabupaten Wakatobi, Provinsi Sulawesi Tenggara. Permasalahan dalam penelitian ini pariwisata bahari yang terjadi di Kabupaten Wakatobi di antaranya adalah belum optimalnya potensi pengembangan pariwisata mengingat Kabupaten Wakatobi memiliki keindahan pemandangan, keunikan alam, karakteristik masyarakat. Penelitian menggunakan metode analisis prospektif partisipatif, wawancara, analisis implikasi strategi dan aksi antisipatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga variabel utama yang harus dititikberatkan dalam pengembangan wisata bahari di Pulau Kaledupa dan sekitarnya, yaitu informatif, koordinasi antar instansi, dan sumberdaya manusia.³³

³² Skripsi, Ayu Novita, *Model Komunikasi Humas Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Riau Dan Kepulauan Riau Dalam Mensosialisasikan Pajak*, 2015, UIN SUSKA Riau

³³ Hadiwijaya Lesmana Salim/ Dini Purbani, *Pengembangan Pariwisata Bahari Berbasis*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.) Penelitian Ima Hidayati Utami dkk. Dengan judul penelitian : Analisis Model Komunikasi Antar Budaya : Studi Kasus Komunikasi Mahasiswa Papua dan Jawa Di Universitas Brawijaya. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bahwa mahasiswa Papua mengalami kesulitan beradaptasi dengan lingkungan dan lebih banyak berkumpul serta berinteraksi dengan sesama etnis, sehingga komunikasi dengan mahasiswa lain belum berjalan efektif. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Kualitatif dipilih didasarkan pada tujuan penelitian, yakni menemukan fakta sehubungan fenomena Komunikasi Antar Budaya (KAB) yang terjadi antara mahasiswa Papua dan Jawa yang sedang menempuh studi di UB Malang. Hasil penelitian diketahui bahwa mahasiswa Papua menghadapi kendala dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan mahasiswa tuan rumah karena perilaku komunikasi mereka dipengaruhi latar belakang budaya, sosialbudaya, psikobudaya, dan lingkungan. Hambatan budaya muncul karena perbedaan bahasa dan budaya kolektif mereka yang kuat.³⁴

C. Kerangka Pikir

Komunikasi merupakan pengurangan ketidakpastian melalui informasi, karena komunikasi mencakup penggunaan bentuk-bentuk simbolis umum yang saling dimengerti oleh para partisipasinya.

Setiap perencanaan pembangunan dan pemberdayaan masyarakat terdapat didalamnya proses komunikasi. Dalam proses komunikasi tersebut terdapat model komunikasi. Untuk menjelaskan permasalahan mengenai model komunikasi Yayasan Mitra Insani (YMI) dalam

Masyarakat Di Pulau Keledupa, Kabupaten Wakatobi, Sulawesi Tenggara, Jurnal Ilmu Komunikasi

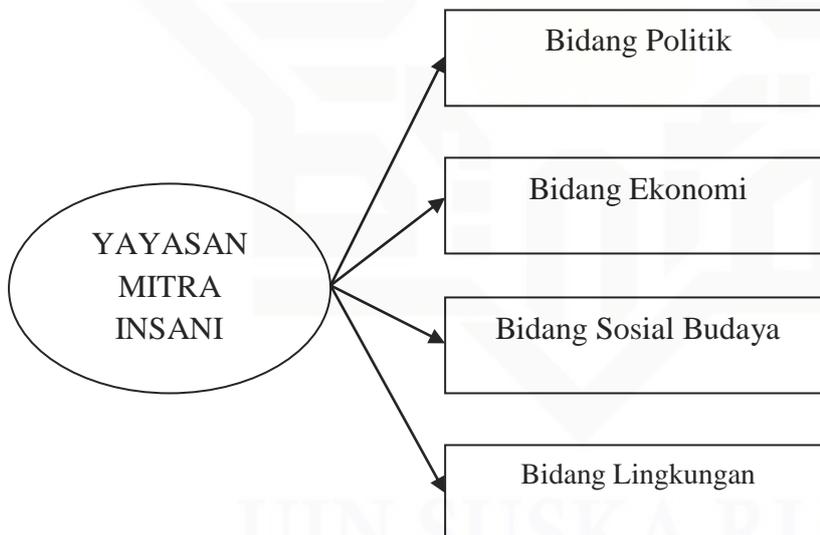
³⁴ Ima Hidayati Utami dkk, *Analisis Model Komunikasi Antar Budaya*, Jurnal Ilmu Komunikasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perencanaan pembangunan dan pemberdayaan masyarakat di desa harapan jaya kecamatan tempuling kabupaten indragiri hilir penulis menjelaskan ruang lingkup kajian mengenai model komunikasi yayasan mitra insani dalam perencanaan pembangunan dan pemberdayaan masyarakat di desa harapan jaya yaitu :

1. Model Komunikasi Yayasan Mitra Insani dalam bidang politik.
2. Model Komunikasi Yayasan Mitra Insani dalam bidang ekonomi.
3. Model Komunikasi Yayasan Mitra Insani dalam bidang sosial-budaya.
4. Model Komunikasi Yayasan Mitra Insani dalam bidang lingkungan.



Gambar 2.3 : Pemikiran Peneliti

Dalam ruang lingkup kajian model komunikasi tersebut juga akan dibahas mengenai unsur-unsur komunikasi yaitu sebagai berikut :

- a) Sumber

Sumber adalah pengirim pesan yang juga disebut sebagai komunikator.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) Pesan

Suatu pesan, informasi, pengetahuan, ajakan, bujukan/ungkapan bersifat pendidikan emosi dan lainnya.

c) Media

Media adalah alat atau cara yang dapat dimanfaatkan oleh individu atau kelompok yang berkomunikasi untuk menyampaikan pesan. Adapun media yang digunakan yaitu media langsung dan media tidak langsung. Media langsung seperti tatap muka, sedangkan media tidak langsung seperti media cetak, media elektronik dan media online.

d) Komunikan

Komunikan adalah orang yang menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Komunikan dalam penelitian ini adalah masyarakat desa Harapan Jaya

e) Efek

Efek adalah respon oleh penerima pesan atas pesan yang disampaikan oleh sumber pengirim pesan.