

Makalah Model-model Komunikasi

Muhammad lubis angsori

175100026

Universitas Mitra Indonesia, Sistem Informasi

Muhammadlubisangsori.student@umitra.ac.id

ABSTRAK

Model komunikasi adalah gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya. Menurut Sereno dan Mortensen, suatu *Model komunikasi* merupakan deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi. Suatu model merepresentasikan secara abstrak ciri-ciri penting dan menghilangkan rincian komunikasi yang tidak perlu dalam “dunia nyata”.

B. Aubrey Fisher mengatakan, Model adalah analogi yang mengabstraksikan dan memilih bagian dari fenomena yang dijadikan model.

Werner J. Severin dan James W. Tankard, Jr. mengatakan bahwa Model membantu merumuskan suatu teori dan menyarankan hubungan. Oleh karena hubungan antara model dengan teori begitu erat, model sering dicampur dengan teori.

1. pendahuluan

Komunikasi sangat dibutuhkan untuk interaksi sesama manusia, oleh karena itu komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari, sehingga tanpa adanya komunikasi, kehidupan manusia tidak akan berjalan dengan sempurna. Karena komunikasi itu memiliki peranan sangat penting, dibuatlah suatu model komunikasi.

Komunikasi memiliki beberapa model, dan setiap modelnya memiliki definisi yang berbeda pula. Model komunikasi dibuat supaya mempermudah dalam memahami proses komunikasi dan melihat komponen dasar yang perlu ada dalam suatu komunikasi. Komunikasi juga

merupakan suatu proses. Hal ini terlihat dari setiap gejala atau peristiwa yang tidak luput dari adanya suatu komunikasi yang terjalin antarmanusia.

Dalam makalah ini, kami menjelaskan beberapa model komunikasi yang didefinisikan oleh para ahli dan juga menjelaskan tentang komunikasi sebagai proses.

2. Rumusan Masalah

1. Apa saja definisi Model Komunikasi ?
2. Apa saja model-model komunikasi ?
3. Bagaimana komunikasi sebagai proses ?

3. Tujuan Penulisan

Makalah ini dibuat dengan tujuan agar pembaca mengetahui dan memahami maksud dari beberapa model komunikasi yang kami sajikan dan juga mempermudah memahami proses komunikasi dan melihat komponen dasar yang perlu ada dalam suatu komunikasi.

4. **Manfaat Penulisan**

Manfaat dari pembuatan makalah ini bagi penulis maupun pembaca ialah untuk menambah wawasan atau pengetahuan tentang “Model-model Komunikasi”.

5. **Sistematika Penulisan**

- a) Bab I Pendahuluan, Isi dari Pendahuluan ini terdiri dari beberapa sub Bab yaitu; latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat dan sistematika penulisan.
- b) Bab II Pembahasan, Pembahasan ini menguraikan materi tentang “Model-model Komunikasi”.
- c) Bab III Penutup, Dalam Bab ini diisi dengan penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran, dimana penulis setelah menguraikan materi tentang Model-model Komunikasi selanjutnya menyimpulkan dan memberikan saran sehingga makalah ini bisa bermanfaat.

2. **Model - Model Komunikasi**

a. **Model Stimulus - Respons**

Model ini merupakan model yang paling dasar dalam ilmu komunikasi. Model ini menunjukkan komunikasi sebagai sebuah proses aksi reaksi. Model ini beranggapan bahwa kata-kata verbal, tanda-tanda nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan akan merangsang orang lain

untuk memberikan respon dengan cara tertentu. Kita dapat juga mengatakan bahwa proses ini merupakan perpindahan informasi ataupun gagasan. Proses ini dapat berupa timbal balik dan mempunyai efek yang banyak. Setiap efek dapat merubah perilaku dari komunikasi berikutnya

Model ini mengabaikan komunikasi sebagai sebuah proses. Dengan kata lain, komunikasi dianggap sebagai hal yang statis. Manusia dianggap berperilaku karena kekuatan dari luar (stimulus), bukan berdasarkan kehendak, keinginan, atau kemauan bebasnya.

b. **Model Aristoteles**

Model ini merupakan model yang paling klasik dalam ilmu komunikasi. Bisa juga disebut sebagai model retorikal. Model ini membuat rumusan tentang model komunikasi verbal yang pertama. Komunikasi terjadi saat pembicara menyampaikan pesannya kepada khalayak dengan tujuan mengubah perilaku mereka. Aristoteles menerangkan tentang model komunikasi dalam bukunya Rhetorica, bahwa setiap komunikasi akan berjalan jika terdapat 3 unsur utama : Pembicara (speaker), Pesan (message), dan Pendengar (listener). Model ini lebih berorientasi pada pidato. Terutama pidato untuk mempengaruhi orang lain.

Menurut Aristoteles, pengaruh dapat dicapai oleh seseorang yang dipercaya oleh publik, alasan, dan juga dengan memainkan emosi publik. Tapi model ini juga memiliki banyak kelemahan. Kelemahan yang pertama adalah, komunikasi dianggap sebagai fenomena yang statis. Kelemahan yang kedua adalah, model ini tidak memperhitungkan komunikasi non verbal dalam mempengaruhi orang lain. Meskipun model ini mempunyai banyak kelemahan, tapi model ini nantinya akan menjadi inspirasi bagi para ilmuwan komunikasi untuk mengembangkan model komunikasi modern.

c. **Model Lasswell**

Model ini menggambarkan komunikasi dalam ungkapan **who, says what, in which channel, to whom, with what effect** atau dalam bahasa Indonesia adalah, siapa, mengatakan apa, dengan medium apa, kepada siapa, pengaruh apa? Model ini menjelaskan tentang proses komunikasi dan fungsinya terhadap masyarakat. Lasswell berpendapat bahwa di dalam komunikasi terdapat tiga fungsi. Yang *pertama* adalah pengawasan lingkungan, yang mengingatkan anggota – anggota masyarakat akan bahaya dan peluang dalam lingkungan. *Kedua* adalah korelasi berbagai bagian terpisah dalam masyarakat yang merespon lingkungan. *Ketiga* adalah transmisi warisan sosial dari suatu generasi ke generasi lainnya.

Model ini sering digunakan pada komunikasi massa. *Who* menjadi pihak yang mengeluarkan dan menyeleksi berita, *says what* adalah bahan untuk

menganalisa pesan itu. *In which channel* adalah media. *To whom* adalah khalayak. Dan *with what effect* adalah pengaruh yang diciptakan pesan dari media massa kepada pembaca, pendengar, dan pemirsa. Sama seperti model komunikasi lainnya, model ini juga mendapat kritik. Hal itu dikarenakan model ini terkesan seperti menganggap bahwa komunikator dan pesan itu selalu mempunyai tujuan. Model ini juga dianggap terlalu sederhana. Tapi, sama seperti model komunikasi yang baik lainnya, model ini hanya fokus pada aspek-aspek penting dalam komunikasi.

d. **Model Shannon dan Weaver**

Model ini membahas tentang masalah dalam mengirim pesan berdasarkan tingkat kecermatannya. Model ini mengandaikan sebuah sumber daya informasi (*source information*) yang menciptakan sebuah pesan (*message*) dan mengirimnya dengan suatu saluran (*channel*) kepada penerima (*receiver*) yang kemudian membuat ulang (*recreate*) pesan tersebut. Dengan kata lain, model ini mengasumsikan bahwa sumber daya informasi menciptakan pesan dari seperangkat pesan yang tersedia. Pemancar (*transmitter*) mengubah pesan menjadi sinyal yang sesuai dengan saluran yang dipakai. Sasaran (*destination*) adalah orang yang menjadi tujuan pesan itu. Saluran adalah media yang mengirim tanda dari pemancar kepada penerima. Di dalam percakapan, sumber informasi adalah otak, pemancar adalah suara yang menciptakan tanda yang dipancarkan oleh udara. Penerima adalah mekanisme pendengaran yang kemudian

merekonstruksi pesan dari tanda itu. Tujuannya adalah otak si penerima. Dan konsep penting dalam model ini adalah gangguan.

Model ini menganggap bahwa komunikasi adalah fenomena statis dan satu arah. Dan juga, model ini terkesan terlalu rumit. Meskipun model ini sangat terkenal dalam penelitian komunikasi selama bertahun-tahun, tulisan-tulisan Shannon dan Weaver sulit dipahami. Misalnya, formula Shannon untuk informasi (1948) adalah sebagai berikut :

$$H = - [P_1 \log p_1 + p_2 \log p_2 + \dots = p_n \log p_n],$$

Atau

$$H = - \sum p_i \log p_i$$

e. Model Schramm

Wilbur Scheram membuat serangkai model komunikasi, dimulai dengan model komunikasi manusia yang sederhana (1954), lalu model yang lebih rumit yang memperhitungkan pengalaman dua individu yang mencoba berkomunikasi, hingga ke model komunikasi yang dianggap interaksi dua individu.

Model pertama mirip dengan model Shannon dan Weaver

Model yang kedua Schramm memperkenalkan gagasan bahwa kesamaan dalam bidang pengalaman sumber dan sasaranlah yang sebenarnya dikomunikasikan, karena bagian sinyal

itulah yang dianut sama oleh sumber dan sasaran.

Model yang ketiga Schramm menanggapi komunikasi sebagai interaksi dengan kedua pihak yang menyandi(*encode*), menafsirkan (*interpret*), menyandi ulang (*decode*), mentransmisikan (*transmit*), dan menerima sinyal(*signal*). Schramm berpikir bahwa komunikasi selalu membutuhkan setidaknya tiga unsur : sumber (*source*), pesan (*message*), dan tujuan (*destination*). Disini kita melihat umpan balik dan lingkaran yang berkelanjutan untuk berbagi informasi.

Sumber dapat menyandi pesan, dan tujuan dapat menyandi balik pesan, tergantung dari pengalaman mereka masing-masing. Jika kedua lingkaran itu mempunyai daerah yang sama, maka komunikasi menjadi mudah. Makin besar daerahnya akan berpengaruh pada daerah pengalaman (*field of experience*) yang dimiliki oleh keduanya. Menurut Schramm, setiap orang di dalam proses komunikasi sangat jelas menjadi encoder dan decoder. Kita secara konstant menyandi ulang tanda dari lingkungan kita, menafsirkan tanda itu, dan menyandi sesuatu sebagai hasilnya. Proses kembali di dalam model ini disebut *feedback*, yang memainkan peran penting dalam komunikasi. Karena hal ini membuat kita tahu bagaimana pesan kita ditafsirkan.

f. Model Newcomb

Theodore Newcomb (1953) melihat komunikasi dari pandangan sosial psikologi. Model ini juga dikenal dengan nama model **ABX**. Model ini menggambarkan bahwa seseorang (**A**) mengirim informasi kepada orang lain (**B**) tentang sesuatu (**X**). Model ini mengasumsikan bahwa orientasi A ke B atau ke X tergantung dari mereka masing-masing. Dan ketiganya memiliki sistem yang berisi empat orientasi.

1. Orientasi A ke X
2. Orientasi A ke B
3. Orientasi B ke X
4. Orientasi B ke A

Dalam model ini, komunikasi adalah suatu hal yang lumrah dan efektif yang membuat orang-orang dapat mengorientasikan diri mereka kepada lingkungannya. Ini adalah model tindakan komunikasi yang disengaja oleh dua orang.

g. Model Westley dan Maclean

Model ini berbicara dalam dua konteks, komunikasi interpersonal dan massa. Dan perbedaan yang paling penting diantara komunikasi interpersonal dan massa adalah pada umpan balik (*feedback*). Di interpersonal, umpan balik berlangsung cepat dan langsung, sedang di komunikasi massa, umpan baliknya bersifat tidak langsung dan lambat. Dalam komunikasi interpersonal model ini, terdapat lima

bagian : orientasi objek (*object orientation*), pesan (*messages*), sumber (*source*), penerima (*receiver*), dan umpan balik (*feedback*). Sumber (A) melihat objek atau aktivitas lainnya di lingkungannya (X). Yang lalu membuat pesan tentang hal itu (X') dan kemudian dikirimkan kepada penerima (B). Pada kesempatan itu, penerima akan memberikan umpan balik kepada sumber. Sedang komunikasi massa pada model ini mempunyai bagian tambahan, yaitu penjaga gerbang (*gate keeper*) atau opinion leader (C) yang akan menerima pesan (X') dari sumber (A) atau dengan melihat kejadian disekitarnya (X1, X2). Lalu opinion leader membuat pesannya sendiri (X'') yang akan dikirim kepada penerima (B). Sehingga proses penyaringan telah terbentuk. Ada beberapa konsep yang penting dari model ini: umpan balik, perbedaan dan persamaan antara komunikasi interpersonal dan massa dan opinion leader yang menjadi hal penting di komunikasi massa. Model ini juga membedakan antara pesan yang bertujuan dan tidak bertujuan.

h. Model Gerbner

Model ini merupakan perluasan dari model komunikasi milik Lasswell, terdiri dari model verbal dan model diagramatik.

Model Verbal :

Seseorang (sumber) mempersepsi kejadian dan bereaksi dalam situasi melalui suatu alat (saluran, media, rekayasa fisik, fasilitas administrative, dan kelembagaan untuk distribusi dan control) untuk menyediakan materi dalam suatu bentuk dan konteks yang

mengandung isi dengan konsekuensi yang ada.

Model Diagramatik : Seseorang mempersepsi kejadian dan mengirim beberapa pesan untuk pemancar yang akan mengirim sinyal kepada penerima. Pada transmisi ini, sinyal akan menghadapi gangguan dan menjadi SSSE untuk si tujuan.

i. Model Berlo

Model ini hanya memperlihatkan proses komunikasi satu arah dan hanya terdiri dari empat komponen yaitu sumber (*Source*), pesan (*Message*), saluran (*Channel*), dan penerima (*Receiver*). *Sumber* adalah pembuat pesan. *Pesan* adalah gagasan yang diterjemahkan atau kode yang berupa simbol-simbol. *Saluran* adalah media yang membawa pesan. Dan *penerima* adalah target dari komunikasi itu sendiri. Menurut model ini, sumber dan penerima dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut : kemampuan berkomunikasi, perilaku, pengetahuan, sistem sosial, dan budaya. Pesan merupakan perluasan yang berdasarkan elemen, struktur, isi, pemeliharaan, dan kode. Dan saluran adalah panca indera manusia. Hal yang positif dari model ini adalah, model ini dapat mencakup perlakuan dari komunikasi massa, publik, interpersonal, dan komunikasi tertulis. Model ini juga bersifat heuristic. Tapi, model ini juga memiliki kelemahan. Model ini menganggap komunikasi sebagai fenomena yang statis. Tidak ada umpan balik. Dan komunikasi nonverbal dianggap sebagai hal yang tidak penting.

Model komunikasi Berlo menekankan komunikasi sebagai suatu proses.

Disamping itu, juga menekankan ide bahwa meaning are in the people atau arti pesan yang dikirimkan pada orang yang menerima pesan bukan pada kata-kata itu sendiri. Melainkan dari arti atau makna kata pesan yang ditafsirkan si pengirim bukan pada apa yang ada dalam komponen pesan itu sendiri. Berlo juga mengubah pandangan orang menjadi menginterpretasikan komunikasi.

j. Model Defleur

Model ini merupakan model komunikasi massa. Dengan menyisipkan perangkat media massa (*mass medium device*) dan perangkat umpan balik (*feedback device*). Model ini menggambarkan sumber (*source*), pemancar (*transmitter*), penerima (*receiver*), dan tujuan (*destination*) sebagai fase yang terpisah dalam proses komunikasi massa, serupa dengan fase-fase yang digambarkan Schramm. Fungsi dari penerima dalam model Defleur adalah menerima informasi dan menyandikannya. Menurut Defleur, komunikasi bukanlah sebuah pemindahan makna. Komunikasi terjadi dengan seperangkat komponen operasi di dalam sistem teoritis, dengan konsekuensinya adalah isomorfis diantara internal penerima kepada seperangkat simbol kepada sumber dan penerima.

k. Model Komunikasi Linear

Model komunikasi ini dikemukakan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver pada tahun 1949 dalam buku *The Mathematical of Communication*. Mereka mendeskripsikan komunikasi sebagai

proses linear karena tertarik pada teknologi radio dan telepon dan ingin mengembangkan suatu model yang dapat menjelaskan bagaimana informasi melewati berbagai saluran (channel). Hasilnya adalah konseptualisasi dari komunikasi linear (linear communication model). Pendekatan ini terdiri atas beberapa elemen kunci: sumber (source), pesan (message) dan penerima (receiver). Model linear berasumsi bahwa seseorang hanyalah pengirim atau penerima. Tentu saja hal ini merupakan pandangan yang sangat sempit terhadap partisipan-partisipan dalam proses komunikasi.

l. Model Interaksional

Model interaksional dikembangkan oleh Wilbur Schramm pada tahun 1954 yang menekankan pada proses komunikasi dua arah di antara para komunikator. Dengan kata lain, komunikasi berlangsung dua arah: dari pengirim dan kepada penerima dan dari penerima kepada pengirim. Proses melingkar ini menunjukkan bahwa komunikasi selalu berlangsung. Para peserta komunikasi menurut model interaksional adalah orang-orang yang mengembangkan potensi manusiawinya melalui interaksi sosial, tepatnya melalui pengambilan peran orang lain (*role-taking*). Patut dicatat bahwa model ini menempatkan sumber dan penerima mempunyai kedudukan yang sederajat. Satu elemen yang penting bagi model interkasional adalah umpan balik (*feedback*), atau tanggapan terhadap suatu pesan.

m. Model Transaksional

Model komunikasi transaksional dikembangkan oleh Barnlund pada tahun 1970. Model ini menggarisbawahi pengiriman dan penerimaan pesan yang berlangsung secara terus-menerus dalam sebuah episode komunikasi. Komunikasi bersifat transaksional adalah proses kooperatif: pengirim dan penerima sama-sama bertanggungjawab terhadap dampak dan efektivitas komunikasi yang terjadi. Model transaksional berasumsi bahwa saat kita terus-menerus mengirimkan dan menerima pesan, kita berurusan baik dengan elemen verbal dan nonverbal. Dengan kata lain, peserta komunikasi (komunikator) melakukan proses negosiasi makna.

3. Komunikasi sebagai Proses

Komunikasi sebagai suatu proses artinya bahwa komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan (ada tahapan atau konsekuensi) serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu.

Proses komunikasi adalah bagaimana sang komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses Komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya).

Secara ringkas, proses berlangsungnya komunikasi bisa digambarkan seperti berikut.

1. Komunikator (*sender*) yang mempunyai maksud berkomunikasi dengan orang lain mengirimkan suatu pesan kepada orang yang dimaksud. Pesan yang disampaikan itu bisa berupa informasi dalam bentuk bahasa ataupun lewat simbol-simbol yang bisa dimengerti kedua pihak.
2. Pesan (*message*) itu disampaikan atau dibawa melalui suatu media atau saluran baik secara langsung maupun tidak langsung. Contohnya berbicara langsung melalui telepon, surat, e-mail, atau media lainnya.

Media (channel) alat yang menjadi penyampai pesan dari komunikator ke komunikan.

1. Komunikan (*receiver*) menerima pesan yang disampaikan dan menerjemahkan isi pesan yang diterimanya ke dalam bahasa yang dimengerti oleh komunikan itu sendiri.
2. Komunikan (*receiver*) memberikan umpan balik (*feedback*) atau tanggapan atas pesan yang dikirimkan kepadanya, apakah dia mengerti atau memahami pesan yang dimaksud oleh si pengirim.

Proses komunikasi adalah panduan untuk mewujudkan komunikasi yang efektif. Ini adalah melalui proses komunikasi yang berbagi makna umum antara *pengirim* dan *penerima* berlangsung. Individu yang mengikuti proses komunikasi akan memiliki kesempatan untuk menjadi lebih produktif dalam setiap aspek profesi mereka. Komunikasi yang efektif mengarah pada pemahaman.

Proses komunikasi terdiri dari empat komponen kunci. Komponen–komponen termasuk *encoding*, *media*

transmisi, *decoding*, dan *umpan balik*. Ada juga dua faktor lain dalam proses, dan dua faktor yang hadir dalam bentuk pengirim dan penerima. Proses komunikasi dimulai dengan pengirim dan berakhir dengan penerima.

Pengirim adalah individu, kelompok, atau organisasi yang memulai komunikasi. Sumber ini awalnya bertanggung jawab untuk keberhasilan pesan. Pengalaman pengirim, sikap, pengetahuan, keterampilan, persepsi, dan budaya pengaruh pesan. "Kata-kata tertulis, kata yang diucapkan, dan bahasa nonverbal yang dipilih adalah hal yang terpenting dalam memastikan penerima menafsirkan pesan sebagaimana dimaksud oleh pengirim" (Burnett & Dollar, 1989). Semua komunikasi dimulai dengan pengirim.

Langkah pertama pengirim dihadapkan dengan melibatkan proses encoding. Dalam rangka untuk menyampaikan makna, pengirim harus mulai pengkodean, yang berarti menerjemahkan informasi ke dalam sebuah pesan dalam bentuk simbol-simbol yang mewakili ide-ide atau konsep. Proses ini menerjemahkan ide atau konsep ke dalam pesan kode yang akan dikomunikasikan. Simbol dapat mengambil berbagai bentuk seperti, bahasa, kata, atau isyarat. Simbol-simbol ini digunakan untuk mengkodekan ide menjadi pesan bahwa orang lain dapat mengerti. Saat penyandian pesan, pengirim harus dimulai dengan memutuskan apa yang dia atau dia ingin mengirimkan. Keputusan ini oleh pengirim didasarkan pada apa yang ia atau dia percaya tentang pengetahuan penerima dan asumsi,

bersama dengan informasi tambahan apa yang dia / dia ingin penerima untuk memiliki. Hal ini penting bagi pengirim untuk menggunakan simbol-simbol yang akrab bagi penerima yang dimaksudkan. Sebuah cara yang baik bagi pengirim untuk meningkatkan pengkodean pesan mereka, adalah untuk memvisualisasikan mental komunikasi dari sudut pandang penerima.

Untuk memulai transmisi pesan, pengirim menggunakan beberapa jenis saluran (juga disebut medium). Saluran adalah cara yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Kebanyakan saluran baik lisan maupun tertulis, namun saluran visual yang saat ini menjadi lebih umum sebagai teknologi berkembang. Saluran umum termasuk telepon dan berbagai bentuk tertulis seperti memo, surat, dan laporan. Efektivitas dari berbagai saluran berfluktuasi tergantung pada karakteristik komunikasi. Misalnya, ketika umpan balik segera diperlukan, saluran komunikasi lisan lebih efektif karena setiap ketidakpastian bisa dibersihkan di tempat. Dalam situasi di mana pesan harus dikirimkan ke lebih dari sekelompok kecil orang, saluran tertulis sering lebih efektif. Meskipun dalam banyak kasus, kedua saluran lisan dan tertulis harus digunakan karena salah satu suplemen yang lain.

Jika pengirim pesan relay melalui saluran yang tidak tepat, pesan yang mungkin tidak mencapai penerima yang tepat. Itulah sebabnya pengirim perlu diingat bahwa memilih channel yang sesuai akan sangat membantu dalam efektivitas pemahaman penerima. Keputusan pengirim untuk memanfaatkan baik lisan atau tertulis saluran untuk berkomunikasi pesan

dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Pengirim harus bertanya dirinya sendiri pertanyaan yang berbeda, sehingga mereka dapat memilih channel yang sesuai.

Apakah pesan mendesak? Apakah umpan balik yang segera dibutuhkan? Apakah dokumentasi atau catatan permanen diperlukan? Apakah konten yang rumit, kontroversial, atau swasta? Apakah pesan akan seseorang di dalam atau di luar organisasi? Apa keterampilan komunikasi lisan dan tertulis tidak penerima miliki? Setelah pengirim telah menjawab semua pertanyaan ini, mereka akan dapat memilih saluran yang efektif.

Setelah channel yang sesuai atau saluran yang dipilih, pesan memasuki tahap decoding dari proses komunikasi.

Decoding dilakukan oleh penerima.

Setelah pesan diterima dan diperiksa, stimulus dikirimkan ke otak untuk menafsirkan, dalam rangka untuk menetapkan beberapa jenis makna untuk itu. Ini adalah tahap pengolahan yang merupakan decoding. Penerima mulai menafsirkan simbol-simbol yang dikirim oleh pengirim, menerjemahkan pesan ke set mereka sendiri pengalaman dalam rangka untuk membuat simbol-simbol bermakna. Komunikasi yang sukses terjadi ketika penerima dengan benar menafsirkan pesan pengirim.

Penerima adalah individu atau individu-individu kepada siapa pesan itu ditujukan. Sejauh mana orang ini memahami pesan akan tergantung pada sejumlah faktor, yang meliputi: berapa banyak individu atau individu tahu tentang topik itu, penerimaan mereka ke pesan, dan hubungan dan kepercayaan yang ada antara pengirim dan penerima . Semua

penafsiran oleh penerima dipengaruhi oleh pengalaman mereka, sikap, pengetahuan, keterampilan, persepsi, dan budaya. Hal ini mirip dengan hubungan pengirim dengan encoding.

Umpan balik adalah link terakhir dalam rantai proses komunikasi. Setelah menerima pesan, penerima merespon dalam beberapa cara dan sinyal bahwa respon ke pengirim. Sinyal bisa mengambil bentuk komentar diucapkan, menghela napas panjang, sebuah pesan tertulis, tersenyum, atau beberapa tindakan lainnya. "Bahkan kurangnya respon, adalah dalam arti, suatu bentuk respon" (Bovee & Thill, 1992). Tanpa umpan balik, pengirim tidak dapat memastikan bahwa penerima telah menafsirkan pesan dengan benar.

Umpan balik merupakan komponen kunci dalam proses komunikasi karena memungkinkan pengirim untuk mengevaluasi efektifitas pesan. Tanggapan akhirnya memberikan kesempatan bagi pengirim untuk mengambil tindakan korektif untuk memperjelas pesan disalahpahami. "Umpan balik memainkan peran penting dengan menunjukkan hambatan komunikasi yang signifikan: perbedaan latar belakang, penafsiran kata-kata yang berbeda, dan berbeda reaksi emosional" (Bovee & Thill, 1992).

Proses komunikasi adalah panduan yang sempurna untuk mencapai komunikasi yang efektif. Ketika diikuti dengan baik, proses biasanya dapat menjamin bahwa pesan pengirim akan dimengerti oleh penerima. Meskipun proses komunikasi tampaknya sederhana, pada dasarnya tidak. Hambatan tertentu menampilkan diri selama proses berlangsung. Mereka

hambatan merupakan faktor yang memiliki dampak negatif pada proses komunikasi.

Beberapa hambatan umum termasuk penggunaan media yang tidak tepat (saluran), tata bahasa salah, kata inflamasi, kata-kata yang bertentangan dengan bahasa tubuh, dan jargon teknis.

Kebisingan juga lain penghalang umum. Kebisingan dapat terjadi dalam setiap tahap proses. Kebisingan pada dasarnya adalah segala sesuatu yang mendistorsi pesan dengan mengganggu proses komunikasi. Kebisingan dapat mengambil banyak bentuk, termasuk sebuah radio diputar di latar belakang, orang lain mencoba untuk memasukkan percakapan Anda, dan setiap gangguan lainnya yang mencegah penerima dari membayar perhatian.

1. Kesimpulan

Komunikasi yang efektif adalah bagian utama dalam mencapai tujuan pendidikan. Komunikasi yang sukses dan efektif berasal dari pelaksanaan proses komunikasi. Orang-orang yang terlibat akan meningkatkan keterampilan komunikasi mereka jika mereka mengikuti proses komunikasi, dan tinggal jauh dari hambatan yang berbeda. Telah terbukti bahwa individu yang memahami proses komunikasi akan berkembang menjadi komunikator yang lebih efektif, dan komunikator yang efektif memiliki kesempatan lebih besar untuk menjadi sukses. Oleh karena itu kita harus menggunakan model-model komunikasi yang pas dalam berkomunikasi.

2. Saran

Bagi para pembaca dalam berkomunikasi harus menggunakan komunikasi dengan model yang pas dalam komunikasi. Dimana komunikasi yang baik antara satu yang lain harus saling berhubungan.

DAFTAR PUSTAKA

- ✓ Prof. Deddy Mulyana, M.A., Ph.D. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar 2010, Rosda; Jakarta
- ✓ Muhammad,A. Komunikasi Organisasi,1989, Bumi Aksara;Jakarta
- ✓ Liliweri,Alo. 2003. Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya. Yogyakarta. LKiS Yogyakarta
- ✓ Burgoon, M., Hunsaker, FG, dan Dawson, EJ (1994). Komunikasi manusia. Thousand Oaks, CA;Sage.
- ✓ Dewi, Sutrisna. 2006. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi