

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pola Komunikasi

1. Pengertian Pola Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa latin *communicate* yang berarti berbicara, menyampaikan pesan, informasi, pikiran, gagasan dan pendapat yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain dengan mengharapkan jawaban, tanggapan atau arus balik (*feedback*).¹ Pada umumnya komunikasi dilakukan secara lisan yang dapat dimengerti oleh kedua pihak. Jika tidak ada bahasa verbal yang dimengerti oleh kedua belah pihak maka dapat juga melalui komunikasi nonverbal. Dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu sehingga membuat lawan bicara mengerti apa yang disampaikan. Sedangkan pola dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* memiliki arti bentuk atau sistem, cara atau bentuk (struktur) yang tetap, dimana pola itu sendiri bisa dikatakan sebagai contoh atau cetakan.²

Pengertian Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat, sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.³

¹ A. Muis, *Komunikasi Islam* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), 35.

² Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1996), 885.

³ Syaiful Bahri Djamarah, *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), 12.

Sedangkan menurut Wilbur Schramm dalam uraiannya mengatakan bahwa definisi komunikasi berasal dari bahasa latin *communis comunon*. Bilamana kita mengadakan komunikasi itu sama artinya kita mencoba untuk berbagi informasi, ide, atau suatu sikap. Jadi esensi dari komunikasi itu adalah menjadikan si pengirim dapat berhubungan bersama dengan si penerima guna menyampaikan isi pesan tersebut.⁴

Dari masing-masing definisi di atas, penulis dapat menarik kesimpulan sementara bahwa komunikasi pada intinya adalah proses pengiriman pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa seseorang yang berkomunikasi berarti mengharapkan agar orang lain ikut berpartisipasi atau bertindak sesuai dengan tujuan dan harapan dari isi pesan yang disampaikan. Jadi diantara yang terlibat dalam komunikasi harus memiliki kesamaan arti dan harus sama-sama mengetahui hal yang dikomunikasikan, jika tidak demikian maka kegiatan komunikasi tersebut tidak berlangsung dengan baik dan tidak efektif.

2. Unsur - Unsur Komunikasi

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat ditransformasikan secara efektif, maka komunikasi mempunyai lima unsur: sumber atau komunikator (*source*), pesan (*message*), saluran atau media (*channel*), penerima atau komunikan (*receiver*) serta efek (*effect*).

⁴ Latief Rosyidi, *Dasar-dasar Rethorika komunikasi dan informasi* (Medan: Sinar Baru, 1985), 48.

a. Sumber atau Komunikator (*Source*)

Komunikator yaitu orang yang menyampaikan pesan. Komunikator sebagai unsur yang sangat menentukan dalam proses komunikasi. Selain itu, untuk menjadi seorang komunikator juga harus mempunyai persyaratan dan menguasai bentuk, model, dan strategi komunikasi untuk mencapai tujuannya. Sehingga dari persyaratan tersebut mempunyai daya tarik tersendiri komunikasi terhadap komunikator. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga.

Syarat yang diperlukan komunikator diantaranya memiliki kredibilitas yang tinggi bagi komunikannya, memiliki kemampuan berkomunikasi, mempunyai pengetahuan yang luas, sikap dan memiliki daya tarik.⁵

b. Pesan (*Message*)

Pesan yaitu pernyataan yang disampaikan oleh komunikator. Pesan harus mempunyai inti pesan sebagai pengarah dalam usaha mencoba mempengaruhi atau mengubah sikap dan tingkah laku komunikannya. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi.⁶

Berkaitan dengan pesan yang disampaikan dalam suatu komunikasi. Schramm merumuskan adanya kondisi yang harus

⁵ Onong Uchjana Effendy, *Kepemimpinan dan Komunikasi* (Yogyakarta: Al-Amin Press, 1996), 49.

⁶ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers. 2008), 24.

diketahui jika kita menginginkan pesan yang disampaikan mendapat respon sesuai dengan yang dikehendaki. Kondisi ini disebut *The Condition of Succes in Communication*, yang terdiri dari:⁷

- 1) Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian komunikasi.
- 2) Pesan harus menggunakan lambang-lambang yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.
- 3) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
- 4) Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

c. Media Komunikasi (*Channel*)

Media adalah saluran atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indra manusia seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima panca indra tersebut selanjutnya diproses

⁷ Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), 13-14.

dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan. Media dapat digolongkan atas empat macam, yakni:⁸

- 1) *Media antarpribadi*, untuk hubungan perorangan (antarpribadi) media yang tepat digunakan ialah SMS, E-mail, dan telpon.
- 2) *Media kelompok*, dalam aktivitas komunikasi yang melibatkan komunikan lebih dari satu orang, maka media komunikasi yang banyak digunakan adalah media kelompok, misalnya, rapat, seminar, dan konferensi.
- 3) *Media publik*, komunikan menyampaikan informasi lebih dari 200-an orang, maka media komunikasi yang digunakan biasanya disebut media publik. Misalnya rapat akbar, rapat raksasa dan semacamnya.
- 4) *Media massa*, jika komunikan tersebar tanpa diketahui di mana mereka berada, maka biasanya digunakan media massa. Media penyampaian pesan dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

d. Penerima atau Komunikan (*Receiver*)

Komunikan adalah seseorang yang menerima pesan dari komunikator kemudian komunikan menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.⁹ Dalam hal ini perlu diperhatikan karena penerima pesan ini berbeda dalam banyak hal,

⁸ Hafied Cangara, *Ibid...* 25-26.

⁹ Ami Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), 58.

misalnya pengalaman, pengetahuan, kebudayaan dan usia komunikan. Tidak adanya penerima jika tidak ada sumber. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan, atau saluran.

e. Efek Komunikasi (*Effect*)

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai efek atau dampak penerimaan pesan.¹⁰ Dampak yang ditimbulkan dapat diklasifikasikan menurut kadarnya, yaitu:¹¹

- 1) Dampak kognitif adalah timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkat intelektualitasnya.
- 2) Dampak efektif adalah tujuan komunikator tahu dan bergerak hatinya, menimbulkan pesan tertentu untuk komunikan.
- 3) Dampak behavioral adalah dampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

¹⁰ Hafied Cangara, *Ibid...* 27.

¹¹ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), 47.

3. Macam-macam Komunikasi

Pada dasarnya ada beberapa macam komunikasi, yakni komunikasi intrapersonal (komunikasi dengan diri sendiri), komunikasi interpersonal (komunikasi antar pribadi), komunikasi kelompok, dan komunikasi massa.

a. Komunikasi Intrapersonal (komunikasi dengan diri sendiri)

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi dalam diri sendiri yaitu berupa proses pengolahan informasi melalui panca indra dan saraf.¹² Bahwa manusia apabila dihadapi dengan suatu pesan untuk mengambil keputusan menerima ataupun menolaknya akan mengadakan terlebih dahulu suatu komunikasi dengan dirinya (proses berpikir). Dalam proses berpikir ini seseorang menimbang untung rugi usul yang diajukan oleh komunikator.¹³

Komunikasi akan berhasil apabila pikiran yang disampaikan dengan menggunakan perasaan yang di sadari, sebaliknya komunikasi akan gagal jika sewaktu menyampaikan pikiran, pikiran tidak terkontrol.

b. Komunikasi Interpersonal (komunikasi antar pribadi)

Menurut De Vito menjelaskan bahwa komunikasi antar pribadi yakni proses perpaduan penyampaian pikiran dan perasaan oleh seseorang kepada orang lain agar mengetahui, mengerti, dan melakukan kegiatan tertentu. Hal ini merupakan pengiriman pesan-pesan dari seseorang yang diterima oleh orang lain dengan efek dan

¹² Sasa Djuarsa, *Pengantar Komunikasi* (Jakarta: Universitas Terbuka, 1998), 39.

¹³ Astrid Susanto, *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek* (Bandung : Mandar Maju, 1992), 41.

umpan balik langsung.¹⁴ Komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam hal mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang, karena sifatnya dialogis berupa percakapan. Komunikasi interpersonal dampaknya dapat dirasakan pada waktu itu juga oleh pihak yang terlibat.¹⁵

Hubungan interpersonal adalah hubungan yang berlangsung, keuntungan dari padanya ialah bahwa reaksi atau arus balik dapat diperoleh segera. Dalam hubungan interpersonal, proses komunikasi semakin jelas dan dalam komunikasi interpersonal, komunikan dapat memberi arus balik secara langsung kepada komunikator.

c. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi antara seseorang (komunikator) dengan sejumlah orang (komunikasi) yang berkumpul bersama-sama dalam bentuk kelompok.¹⁶ Komunikasi kelompok ini mempunyai beberapa karakteristik. *Pertama*, Proses komunikasi terhadap pesan-pesan yang disampaikan oleh seorang pembicara kepada khalayak yang lebih besar dan tatap muka. *Kedua*, komunikasi berlangsung *continue* dan bisa dibedakan mana sumber dan mana penerima. *Ketiga*, pesan yang disampaikan

¹⁴ Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Pribadi* (Bandung : Citra Adytia Bakti, 1991), 21.

¹⁵ Maria Assumpta Rumanti OSF, *Dasar-dasar Public Relation Teori dan Praktis* (Jakarta : Grasindo, 2002), 88.

¹⁶ Onong Uchjana Effendy, *Dimensi-dimensi Komunikasi* (Bandung : Alumni, 1986), 52.

terencana dan bukan spontanitas untuk segmen khalayak tertentu.¹⁷

Komunikasi kelompok dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu :

a. Komunikasi Kelompok Kecil

Menurut Robert F. Bales yang dikutip oleh Widjaja, kelompok kecil adalah sejumlah orang yang terlibat satu sama lain dalam suatu pertemuan yang bersifat tatap muka, dimana setiap peserta mendapat kesan atau penglihatan antara satu dengan yang lainnya.¹⁸ Suatu situasi komunikasi dinilai sebagai komunikasi kelompok kecil apabila situasi komunikasi seperti itu dapat diubah menjadi komunikasi interpersonal dengan setiap komunikan.

Dalam komunikasi kelompok kecil, komunikator menunjukkan pesannya kepada benak atau pikiran komunikan, contohnya, diskusi, seminar, rapat dan lain-lain. Komunikan dapat menanggapi uraian komunikator, bisa bertanya jika tidak mengerti.

b. Komunikasi Kelompok Besar

Suatu komunikasi dinilai sebagai komunikasi kelompok besar jika antar komunikator dan komunikan sukar terjadi komunikasi interpersonal. Pada situasi seperti itu, para komunikan menerima pesan yang disampaikan komunikator lebih bersifat emosional. Lebih-lebih jika komunikan heterogen, beragam dalam

¹⁷ Nurudin, *Sistem Komunikasi Indonesia* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005), 33.

¹⁸ Onong Uchjana Effendy, *Kepemimpinan dan Komunikasi*, 59.

usia, pekerjaan, tingkat pendidikan, agama, pengalaman dan sebagainya.¹⁹

d. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan pada massa atau komunikasi yang menggunakan media massa, misalnya: pers, radio, film dan televisi.

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang efisien, karena dapat menjangkau daerah yang luas dan audiensi yang praktis tidak terbatas. Komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya. Ciri-cirinya yaitu komunikasi massa berlangsung satu arah, komunikator pada komunikasi massa melembaga, pesan pada komunikasi massa bersifat umum, media komunikasi massa menimbulkan keserempakan, komunikasi massa bersifat heterogen.²⁰

B. Pembinaan Akhlak

1. Pengertian Pembinaan Akhlak

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pembinaan adalah sebagai proses, perbuatan, atau cara membina.²¹ Pembinaan dapat juga berarti proses melakukan kegiatan membina atau membangun sesuatu, seperti membina bangsa. Dalam pembinaan ini tampak atau identik dalam

¹⁹ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, 19.

²⁰ A.W. Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, 85.

²¹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1996), 152.

perubahan, bergantung obyek yang di bina, tentu saja perubahan yang mengacu kepada peningkatannya.

Secara bahasa bentuk jamak dari akhlak adalah khuluq, yang memiliki arti tingkah laku, perangai dan tabiat. Secara istilah, akhlak adalah daya kekuatan jiwa yang mendorong perbuatan dengan mudah dan spontan tanpa dipikir dan direnungkan lagi.²²

Sehingga pembinaan akhlak adalah proses perbuatan, tindakan, penanaman nilai-nilai perilaku budi pekerti, perangai, tingkah laku baik terhadap Allah SWT, sesama manusia, diri sendiri, dan alam sekitar yang dilakukan secara berdaya guna dan berhasil guna untuk memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat. Dalam konteks pembinaan akhlak siswa bermakna usaha yang ditempuh oleh seorang guru untuk menjadikan siswanya lebih baik akhlaknya. Baik dalam bersikap terhadap diri sendiri, orang lain, lingkungan sekolah ataupun masyarakat disekitarnya.

2. Faktor-faktor Pembinaan Akhlak

Berhasil tidaknya pola komunikasi pembinaan akhlak yang dilakukan oleh guru dan pihak sekolah, ditentukan oleh beberapa faktor yang saling mempengaruhi. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi tersebut antar lain, sebagai berikut:

²² Azyunardi Azra, dkk, *Buku Teks Pendidikan Agama Islam pada Perguruan Tinggi Umum* (Jakarta: Direktorat Perguruan Tinggi Agama Islam 2002), 45.

a. Faktor Guru

Tugas dari guru adalah sebagai media agar anak didik mencapai tujuan yang dirumuskan. Tanpa pendidik, tujuan pendidikan manapun yang dirumuskan tidak akan tercapai, oleh sebab itu sangat diperlukan guru yang profesional karena guru yang profesional tentu akan lebih mampu dan menguasai teori pelajaran yang akan diberikan dan tentu lebih berhasil pula, selain itu guru juga bertugas untuk membina dan mengembangkan kemampuan siswa. Oleh karena itu, guru bukan orang biasa tetapi harus memiliki kemampuan serta keahlian khusus yang tidak bisa dilakukan oleh sembarangan orang.

Disamping ijazah, pengalaman mengajar yang baik turut membantu terhadap kemampuan mengajar. Bagi seorang guru pengalaman merupakan suatu hal yang sangat berharga, sebab pengalaman yang ditemukan pada waktu mengajar lebih terkesan dari pada hanya mempelajari teori. Dengan pengalaman tersebut, seorang guru dapat melihat hal yang terbaik sehingga pengalaman itu semakin meningkatkan kualitas peran dalam usaha membina anak didik.

Hal lain yang perlu diperhatikan guru dalam meningkatkan kualitas pendidikan adalah kedisiplinan, karena tidak ada suatu usaha yang dilakukan secara sempurna dan memperoleh hasil yang memuaskan dengan apa yang diharapkan tanpa ada kedisiplinan.

b. Faktor Siswa

Siswa adalah orang yang belajar dan menerima bimbingan dari guru dalam kegiatan pendidikan. Antara guru dan siswa merupakan dua faktor yang tidak bisa dipisahkan dan tidak bisa berdiri sendiri, dimana guru sebagai pemberi pelajaran dan siswa menerima pelajaran. Kedua tentunya aktif, bukan guru saja tetapi siswa dalam menerima pelajaran harus dengan perhatian dan minat yang besar. Oleh sebab itu, anak didik harus diperhatikan dalam kegiatan pendidikan karena anak didik merupakan objek pendidikan yang menjadi inti dari pendidikan.²³

C. Model komunikasi

Pola komunikasi merupakan model dari proses komunikasi, sehingga dengan adanya berbagai macam model komunikasi dan bagian dari proses komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam berkomunikasi.

Pola komunikasi identik dengan proses komunikasi, karena pola komunikasi merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan pesan sehingga diperoleh feedback dari penerima pesan. Dari proses komunikasi, akan timbul pola, model, bentuk, dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi.²⁴

²³ Zainal Ma'arif, "Pembinaan Akhlak Remaja", <http://www.binailmu.multiply.com>, 1 Mei 2011, diakses tanggal 5 April 2017.

²⁴ Onong Uchayana, *Dinamika Komunikasi* (Bandung:PT. Remaja Rosdakarya,1993) Hlm.33

Sedangkan proses komunikasi tidak lain adalah suatu kegiatan atau aktivitas secara terus menerus dalam kurun waktu tertentu. Menurut Kincaid dan Schramrn dalam bukunya yang berjudul *Asas-Asas Komunikasi Antar-Manusia* yang juga diacu oleh Liliweri, menyebutkan bahwa “proses adalah suatu perubahan atau rangkaian tindakan serta peristiwa selama beberapa waktu dan yang menuju suatu hasil tertentu”. Dengan demikian, setiap langkah yang dimulai dari saat menciptakan informasi sampai saat informasi itu difahami, merupakan proses-proses di dalam rangka proses komunikasi yang lebih umum (Liliweri,1997;142).²⁵ Proses yang terjadi dalam komunikasi secara umum ada dua, yaitu: proses komunikasi primer (*primary process*) dan proses secara sekunder (*secondary process*).

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Adalah komunikasi yang dilakukan secara tatap muka, langsung antara seseorang kepada yang lain untuk menyampaikan pikiran maupun perasaannya dengan menggunakan simbol-simbol tertentu, misalnya bahasa, isyarat, warna, bunyi, bahkan bisa juga bau.

Manusia berbeda dengan binatang dalam melakukan interaksinya. Binatang berinteraksi dengan instink, sedangkan manusia berinteraksi dengan simbol-simbol. Manusia dapat menciptakan simbol, mengembangkannya, bahkan mengubah sesuai dengan kebutuhannya.

²⁵ Sutaryo, *Sosiologi Komunikasi*, (Jogjakarta: Arti Bumi Intaran,2005) Hal.48

Diantara simbol-simbol yang dipergunakan sebagai media dalam berkomunikasi dengan sesamanya, ternyata bahasa merupakan simbol yang paling memadai karena bahasa adalah simbol representatif dari pikiran maupun perasaan manusia. Bahasa juga merupakan simbol yang produktif, kreatif, dan terbuka terhadap gagasan-gagasan baru, bahkan mampu mengungkapkan peristiwa-peristiwa masa lalu, masa kini, dan masa yang akan datang.

2. Proses Komunikasi Sekunder

Adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan alat/sarana sebagai media kedua setelah bahasa. Komunikasi jenis ini dimaksudkan untuk melipat gandakan jumlah penerima informasi sekaligus dapat mengatasi hambatan-hambatan geografis dan waktu. Namun harus diketahui pula bahwa komunikasi jenis ini hanya efektif untuk menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif, bukan yang persuasif. Pesan-pesan persuasif hanya efektif dilakukan oleh komunikasi primer/tatap muka.

Umpan balik dalam komunikasi sekunder bersifat tertunda (*delayed feedback*), jadi komunikator tidak akan segera mengetahui bagaimana reaksi atau respons para komunikan. Oleh karena itu, apabila dibutuhkan perubahan strategi dalam informasi berikutnya tidak akan secepat komunikasi primer atau komunikasi tatap muka.²⁶

²⁶ *Ibid* Hlm.56

Dari proses komunikasi akan timbul pola, model, bentuk, dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi. Sedangkan pola komunikasi juga terbagi menjadi dua bagian, istilah pola komunikasi bisa disebut juga sebagai model komunikasi. Tetapi maksudnya sama, yaitu sistem yang terdiri atas berbagai komponen yang berhubungan antara yang satu dengan yang lainnya.

Teoritikus komunikasi menciptakan pola atau model-model (*models*), sebagai representasi sederhana dari hubungan-hubungan kompleks diantara elemen-elemen dalam proses komunikasi, untuk mempermudah dalam memahami proses komunikasi yang rumit. Mengingat banyaknya model-model komunikasi yang berkembang saat ini, berikut beberapa pola atau model komunikasi :

a. Pola Komunikasi Linier

Pandangan ini mengasumsikan bahwasannya pendekatan pada komunikasi manusia terdiri atas beberapa elemen kunci, dimana sumber (*source*), atau pihak pengirim pesan (*message*) pada penerima (*receiver*) yang akan menerima pesan tersebut. Penerima pesan adalah orang yang mengartikan pesan tersebut. Semua proses komunikasi ini terjadi dalam sebuah saluran (*channel*) yang merupakan jalan untuk komunikasi. Saluran ini biasanya langsung berhubungan dengan indra penglihatan, perasa, penciuman, pendengar. Dalam pola ini, komunikasi juga melibatkan gangguan (*noise*) yang merupakan semua hal yang tidak dimaksudkan oleh sumber informasi.

Selain itu, linier disini mengandung makna lurus yang berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus, yang berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik temu. Jadi dalam komunikasi ini biasanya terjadi dalam komunikasi tatap muka (*face to face*), tetapi juga adakalanya komunikasi bermedia. Dalam proses komunikasi ini pesan yang disampaikan akan efektif apabila ada perencanaan sebelum melaksanakan komunikasi.

Berdasarkan prespektif transmisi memandang komunikasi sebagai suatu pengalihan informasi dari sumber kepada penerima. Model linier (satu arah) yang digunakan disini bergerak dari satu tempat ketempat yang lainnya. Prespektif transmisi memberi tekanan pada peran media serta waktu yang digunakan dalam menyalurkan informasi.²⁷

Pola linier ini dijelaskan oleh Onong Uchjana Effendi bahwa proses komunikasi secara linier ini umumnya berlangsung pada komunikasi bermedia, kecuali komunikasi melalui telephone, karena dalam komunikasi lebih bersifat dialogis, sedangkan pola komunikasi linier sifatnya satu arah, tetapi adakalanya dilakukan dalam komunikasi tatap muka baik komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*) maupun komunikasi kelompok (*group communication*), apabila tidak terjadi dialog dalam komunikasi tersebut, maka komunikasi ini termasuk pola linier.

²⁷ Hafid Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada,2005) hlm.51

b. Pola Komunikasi Intraksional : Komunikasi Sebagai Interaksi

Model ini lebih menekankan pada proses komunikasi 2 arah diantara dua komunikator, dengan kata lain komunikasi berlangsung dua arah : dari pengirim pesan kepada penerima, dan dari penerima kepada pengirim pesan. Elemen yang paling penting dalam pola atau model ini adalah adanya umpan balik atau tanggapan terhadap suatu pesan umpan balik dapat berupa verbal ataupun nonverbal, sengaja maupun tidak disengaja. Umpan balik sangat membantu komunikator untuk mengetahui apakah pesan mereka telah tersampaikan atau tidak dan sejauh mana pencapaian makna terjadi dalam model intraksional umpan balik terjadi setelah pesan diterima, tidak saat pesan dikirim.

Adapun elemen atau bagian lain yang terpenting dalam konsep komunikasi interaksional ditandai dengan adanya bidang pengalaman (*field of experiences*) seseorang, budaya atau keturunan yang dapat mempengaruhi kemampuan komunikasi dengan cara lainnya. Setiap peserta komunikasi membawa pengalaman yang unik dan khas dalam setiap perilaku komunikasi yang dapat mempengaruhi komunikasi yang terjadi.²⁸

c. Pola Komunikasi Transaksional: Komunikasi sebagai transaksi

Model komunikasi transaksional (*Transactional model of communication*) (Barnlund: 1970) menggaris bawahi pengiriman dan

²⁸ Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, & Aplikasi* (Jakarta : Rineka Cipta, 2009) Hlm.15

penerimaan pesan yang berlangsung secara terus menerus dalam sebuah episode komunikasi, dimana pengirim dan penerima pesan sama-sama bertanggung jawab terhadap dampak dan efektifnya komunikasi yang terjadi. Dalam model transaksional, orang membangun kesamaan makna, apa yang dikatakan orang dalam sebuah transaksi sangat di pengaruhi oleh pengetahuan dan pengalamannya di masa lalu.

d. Pola Komunikasi Harold 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.