**BAB VII**

**TUJUAN, PERANAN DAN FUNGSI KOMUNIKASI**

**7.1. Hakekat dan Tujuan Komunikasi**

Komunikasi manusia adalah proses di mana individu berhubungan dengan orang-orang lain di dalam kelompok, organisasi, dan masyarakat. Hubungan ini bertujuan untuk menciptakan dan menggunakan informasi yang bersumber dari lingkungannya itu demi memahami kemanusia bersama; karena itu perlu dipahami beberapa hal, bahwa:

1. Komunikasi sebagai sebuah proses merupakan elemen fundamental pertama dan terutama untuk memahami manusia dan kemanusiaannya. Yang dimaksudkan dengan proses suatu kegiatan dari beberapa bagian atau unsur komunikasi yang saling berkaitan dan terjadi dari waktu ke waktu. Bahkan dalam percakapan sederhana sekalipun selalu ada langkah. langkah yang memperlihatkan aktivitas menciptakan, mengirim, menerima, dan menafsirkan pesan.
2. Komunikasi sangat penting bagi interaksi individu, kelompok, organisasi, dan masyarakat. Bahwa komunikasi merupakan bangunan *link* ke dunia sekitar, berarti setiap orang seolah menayangkan diri dan pribadinya untuk mempengaruhi orang lain. Jika kita tidak memiliki komunikasi, maka dengan sendirinya kita tidak dapat membentuk dan menciptakan interaksi dengan semua orang di dalam kelompok, organisasi, dan masyarakat, Komunikas menjembatani kita untuk mengoordinasikan semua kebutuhan dan tujuan hidup kita dengan orang lain.
3. Komunikasi melibatkan respons kita terhadap stimulus pesan dari luar lalu kita menciptakan pesan. Kita berinteraksi dengan orang lain melalui proses untuk menciptakan dan menafsirkan pesan. Di sini kita mendefinisikan pesan sebagai "sekumpulan simbol yang memiliki makna atau kegunaan, dan penerimaan pesan ditentukan oleh bagaimana seseorang merespons dan menafsirkan pesan tersebut.
4. Komunikasi membuat kita beradaptasi dengan masyarakat dan lingkungan. Melalui proses menciptakan dan menafsirkan pesan, maka tidak hanya Anda sebagai individu, tetapi kelompok, organisasi dapat beradaptasi dengan kepentingan lingkungan. (Ruben & Stewart,1998).

**Berkomunikasi Sepanjang Hayat**

Sejak manusia diciptakan sebagai makhluk sosial, maka dia mempunyai tujuan dan ambisi hidup, dia mulai berhadapan dengan kebutuhan untuk berhubungan satu sama lain; dan di dalam tatanan itulah manusia selalu berusaha untuk berkomunikasi dengan berbagai cara. Beberapa hal yang lebih penting, ketika berkomunikasi dengan orang lain, adalah komunikasi demi melengkapi tugas dan fungsi kita dalam kehidupan bersama, mengisi kesunyian dan kesendirian, mengekspresikan diri dan membiarkan orang lain tahu tentang kepribadian kita, terutama tentang pikiran dan pendapat kita tentang sesuatu hal tertentu tentang kehidupan bersama. Hal mengomunikasikan pikiran dan perasaaan itu kadang-kadang tampaknya sangat alamiah, kadang-kadang kita lakukan tanpa disadari, oleh karena itu maka terkadang ketika kita menikmati komunikasi, kita akan tertawa sendiri lantaran menghadapi lelucon yang tidak lucu. Aksi dan ekspresi manusia itulah yang memberikan indikasi bahwa pikiran dan perasaan kita terhadap orang lain harus dipelihara dari waktu ke waktu.

Apa tujuan akhir dari keinginan untuk berkomunikasi? Pertanyaan ini harus dijawab. Apa tetapi komunikasi harus tercapai. Seandainya manusia dapat membeli sumber daya dan waktu, betapa pun harganya mahal, maka sebenarnya setiap orang telah membayar mahal bagi harga komunikasi. Karena itu, dengan metode dan strategi apa saja kerap kali manusia mengeluarkan biaya yang sangat besar untuk mencapai tujuan komunikasi, misalnya biaya dalam bentuk uang, barang, jasa, teknologi komunikasi dan informasi, bahkan demi harga diri pun kita membeli sesuatu untuk mendapatkan tujuan itu. Katakanlah, ketika seseorang akan bercakap cakap dengan orang lain, memberikan sambutan, berkhotbah, bernyanyi, mengajar, memberikan penyuluhan, menampilkan iklan di media masa, maka sebenarnya manusia mempunyai tujuan komunikasi agar orang atau sekelompok orang yang menjadi sasaran, mengerti, menikmati, dan menjalankan apa yang dikomunikasikan. "Kami ingin agar kami dapat membuat audiens mengerti pidato kami sehingga mereka dapat mempengaruhi kebijakan." (*We want our communications to lain n dan make our audience understandable our speaking and to ultimately influence* *policy* ).

Beberapa aspek di bawah ini menggambarkan inti komunikasi yang baik dan benar, yaitu

1. Kita hanya dapat berkomunikasi tentang apa yang kita ketahui 2.
2. Komunikasi merupakan dua alur proses, proses ini akan terpenuhi jika kita mendengarkan audiens dengan baik, kita mampu menjawab kebutuhan audiens dengan baik, kita dapat menyampaikan pesan yang dipercayai dan disukai audiens sehingga akhirnya tujuan kita tercapai
3. Komunikator yang efektif mengetahui apa yang audiens ingin ketahui, dia akan berkomunikasi dengan bahasa yang dapat dimengerti audiens, dan apa yang audiens cari atau yang audiens akan dengarkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan audiens
4. Komunikasi tampaknya merupakan satu aktivitas tunggal, namun dia mempunyai visi yang sangat banyak.
5. Kita harus mengembangkan alat yang dapat memperkuat media yang sesuai dengan pesan.
6. Kita harus mengembangkan pesan yang direspek olch audiens dalam konteks kultural tertentu.
7. Kita harus mengerti dan menaruh respek bahwa kemampuan komunikasi kita terbatas, sama terbatasnya dengan sumber daya dan waktu yang kita miliki, komunikasi dapat tepat waktu jika ada keterampilan untuk berkomunikasi. Kita harus belajar dari kesalahan dan demi membarui komunikasi kita di masa depan. (Bovee, Courtland L. & Thill John V (2005). *Business Communication Today*, 8th Edition. Prentice-Hall International; Locker, Kitty O. (2006). *Business and Administrative Communication*, 7th Edition Irwin McGraw Hill.)

**Miskomunikasi Atas Tujuan**

Pertama-tama, marilah kita mulai dengan mempertimbangkan tujuan utama komunikasi. Ingat prinsip ini, agar orang menjadi mengerti tentang apa yang kita komunilasikan, maka biarkan mereka memahami tentang sesuatu. Tujuan utama komunikasi yaitu untuk memindahkan pengertian yang dimiliki seseorang kepada penerima agar dia mempunyai pengertian baru setelah kita mengomunikasikan sesuatu. Jadi orang yang mendengar harus mengalihkan pikiran, pendapat dan pandangan serta tindakan sesuai dengan apa yang kita kehendaki. Ini berarti informasi yang dikirimkan sedapat mungkin berisi fakta-fakta, maksud, tujuan, atau bahkan perassan tertentu.

Contoh, seorang suamı mengajak istrinya agar di akhir pekan mereka berlibur keluar kota. Ternyata, kata "liburan" menimbulkan "pertengkaran kecil" di antara mereka. Kata "liburan" bisa mempunyai makna yang berbeda-beda menurut sumber (suami) dan penerima (istri). Perbedaan ini mengganggu hubungan suami istri ini. Sang istri berpikir tentang liburan yang indah karena mereka berdua akan menginap di hotel mewah dan menyenangkan, sebaliknya suami berpikiran tentang liburan sebagai berkemah atau bermain golf.

Terlihat di sini bahwa, ide yang ada dalam kata-kata tampak begitu jelas bagi dua oranga namun mereka harus berurusan dengan cara memberikan makna terhadap suatu pesan penting untuk diketahui hal mengenai hubungan antara pernyataan dan fakta, karena hal mengenai hubungan merupakan bentuk dan cara persuasi komunikasi yang paling sulit dengan audiens. Berikut ini kita akan berdiskusi tentang dua tujuan komunikasi, yaitu (*to be accepted*) akan diterima, atau membayangkan tentang suatu peristiwa komunikasi setelah itu baru menikmati komunikasi, atau akan memperoleh sesuatu setelah dikerjakan (*to get something done*) libur dahulu baru menikmat.

Ketika kita berkomunikasi dengan para karyawan dalam organisasi, maka dibutuhlan usaha tambahan, yakni menyusun perencanaan komunikasi, jadi komunikasi berarti:

1. Mempersiapkan para karyawan agar mereka mengetahui dan menjalankan peran baru di dalam organisasi.
2. Mendukung para karyawan untuk menerima dan berhadapan dengan sejumlah perubahan yang akan terjadi.
3. Mengerti pelbagai prakarsa sehingga semua pihak merasa bersama-sama untuk menjadi kuat.
4. Memahami bahwa para pekerja baru sedang beradaptasi dengan organisasi.
5. Memahami model kerja baru dalam organisasi, artinya dengan demikian karyawan berkerja lebih baik dan lebih sesuai dengan apa yang dinginkan organisasi, termasuk membentuk kultur organisasi.
6. Memudahkan aliran informasi, misalnya agar kita berusaha mendengarkan karyawan, memberikan peluang bagi karyawan untuk memberikan masukan sehingga mereka merasakan komunikasi timbal balik.
7. Memastikan agar pesan-pesan yang dikirimkan itu konsisten atau yang bersepaham dengan tujuan organisasi, yaitu mengintegrasikan setiap prakarsa dengan inisiatif komunikasi.

**Tujuan Komunikasi Sesuai Konteks**

Kita juga dapat membagi tujuan komunikasi berdasarkan "konteks komunikasi", artinya mungkin sekalipun tujuan komunikasi ini umumnya sama, namun berbeda-beda di antara konteks. Sebagai contoh, tujuan utama komunikasi antarpersonal yang saya lakukan yaitu, dengan berkomunikasi, saya mau menyatakan diri, saya mau memperkenalkan atau mengidentifikasikan diri saya kepada seseorang sehingga komunikasi yang kami akan lakukan tidak dimulai dengan prasangka. Tujuan ini jelas berbeda ketika saya memperkenalkan diri melalui media massa. Pemindahan "perkenalan diri" ini jelas didorong, selain oleh motivasi, tetapi juga oleh kepentingan wartawan, atau atas kepentingan dan permintaan audiens. Jelas di sini, untuk kepentingan komunikasi antarpersonal, tujuan komunikasi lebih personal, sedangkan untuk komunikasi nonpersonal jelas akan dipersepsikan sebagai iklan, kampanye, atau kepentingan lain.

**Periksa Tujuan Komunikas**

Betapa sering komunikasi manusia, misalnya komunikasi antarpersonal yang melibatkan pengirim dan penerima, hanya bisa dinyatakan atau dirasakan oleh dua pihak yang berkomunikasi. Jika kita meletakkan keberhasilan komunikasi ini di atas skala maka ada kemungkinan hasil komunikasi ini bergerak dari sangat tidak efektif - tidak efektif – netral – efektif - sangat efektif. Namun tingkat efektivitas itu pun dipersoalkan dalam kategori tertentu, apakah Anda merasa komunikasi itu berhasil? Apakah Anda melihat komunikasi itu berhasil? Apakah Anda membayangkan atau tidak membayangkan sama sckali bahwa komunikasi itu berhasil (atau sebaliknya tidak berhasil?). Tabel berikut ini membantu kita untuk menganalisis keberhasilan komunikasi.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PENERIMA** | **PENGIRIM** | |
| Pengirim mengirimkan pesan | Pengirim Tidak mengirimkan pesan |
| Penerima menerima pesan | **COMMUNICATION OCURED** | **COMMUNICATION ATTRIBUTED** |
| Penerima Tidak menerima pesan | **COMMUNICATION ATTEMTED** | **COMMUNICATION PERCEIVED** |

Tabel di atas menunjukkan bahwa ada empat hasil komunikasi antara pengirim dan penerima.

1. ***Communication ocured***- jika pengirim mengirimkan pesan dan penerima menerima pesan maka komunikasi pun TERJADI.
2. ***Communication attributed*** - jika pengirim tidak dapat mengirimkan pesan, namun penerima dapat menerima pesan, maka komunikasi TERBAYANGKAN.
3. ***Communication attempted***- jika pengirim dapat mengirimkan pesan, namun penerima tak dapat menerima pesan, maka yang terjadi hanya ADA PERCOBAAN komunikasi.
4. ***Communication perceived -*** jika pengirim tidak dapat mengirimkan pesan dan penerima pun tidak dapat menerima pesan, maka kedua orang itu hanya MERASAKAN adanya komunikasi.

**Tujuan Umum Komunikasi**

Stanton (1982), mengatakan bahwa sekurang-kurangnya ada line tujuan komunikas manusia, yaitu:

1. Mempengaruhi orang lain,
2. Membangun atau mengelola relasi antarpersonal.
3. Menemukan perbedaan jenis pengetahuan.
4. Membantu orang lain.
5. Bermain atau bergurau. (DeVito, 2001)

Di luar tujuan umum komunikasi ini, maka komunikasi bertumbuh dari motivasi utuk menghasilkan sesuatu yang diharapkan dari komunikasi, Artinya, tujuan komunikasi perlu memerhatikan rencana komunikasi untuk berinteraksi ataukah komunikasi dapat dijalankan cara alamiah saja. Dengan kata lain, tujuan komunikasi sedapat mungkin memperhatika elemen-elemen utama komunikasi, yaitu:

1. Pengirim-orang yang mengirimkan pesan (*encoder*)
2. Penerima-orang yang menginterpretasi pesan (*decoder*).
3. Saluran-metode bagi seseorang untuk mengoptimalisasikan daya guna sehingga kità mengirimkan sebuah pesan secara verbal, nonverbal, atau termediasi.
4. Pesan-informasi yang sudah distimulasikan itu dikirim oleh pengirim ke dalam alam pikiran penerima.
5. Umpan balik- respons yang diberilkan penerima kepada pengirim.
6. Lingkungan-dunia fisik dan nonfisik sebagai tempat terjadinya interaksi
7. Gangguan-dari luar yang hanya dapat terlihat dan terasa dalam peristiwa komunikasi

Kategori lain menyebutkan bahwa manusia menjalani semua bentuk komunikasi dengan tujuan komunikasi sebagai berikut:

1. Tujuan utama:
2. Mengirimkan pesan.
3. Menerima pesan.
4. Menginterpretasi pesan.
5. Merespons pesan secara tepat dan jelas,
6. Bertukar pesan/informasi
7. Pendukung tujuan utama:
8. Mengoreksi informasi.
9. Memberikan kepuasan dan kesenangan berdasarkan pesan/informasi 2.

Ada pula yang merumuskan tujuan komunikasi yaitu *make them SMART*, artinya komunikasi dapat memenuhi:

1. ***Specific***-membuat sasaran merasa diperhatikan secara khusus, artinya mereka mendengarkan informasi dari sumber khusus, pesan khusus, media khusus, dengan efek khusus dalam konteks khusus pula.
2. ***Measurable***-bahwa tujuan komunikasi akan dapat dicapai jika sumber komunikasi merumuskan ukuran-ukuran bagi semua elemen dalam proses komunikasi. Misalnya, ada indikator untuk menentukan kelayakan sumber bagi tercapainya tujuan komunikasi, Indikator atau alat ukur bagi pesan, media, sasaran, efek, dan indikator bagi konteks.
3. ***Attainable***-bahwa tujuan komunikasi adalah penetapan terhadap apa yang seharusnya dicapai dalam suatu aktivitas komunikasi, tentukan tingkat ketercapaian tujuan komunikasi itu (dalam persentase perubahan sikap, dan lain-lain).
4. ***Results***-orientated-berorientasi pada hasil, bahwa tujuan komunikasi harus berorientasi pada hasil yang telah direncanakan (*planned communication, intenstionality communication*).
5. *Time*-limited- komunikasi yang baik adalah komunikasi yang memiliki batasan waktu sebagai faktor untuk menentukan tercapainya tujuan komunikasi.

**Syarat Mencapai Tujuan Komunkasi**

Kualitas hidup setiap manusia sangat bergantung pada mutu dan keterampilan komunikasi. Sebenarnya manusia tidak pernah berhenti berkomunikasi baik berkomunikasi dengan diri sendiri maupun dengan orang lain. Kita berkomunikasi dengan diri kita dalam dialog, berbicara dengan diri sendiri, berpikir, dan bermenung, atau "oto sugestl" dengan diri sendiri. Kita juga perlu berkomunikasi dengan orang lain supaya mereka mengirimkan pesan-pesan yang dapat melintasi ruang dan waktu, memberikan tanggapan, menjual Ide-Ide atau mendapatkan informasi, dan menghubungkan diri kita dengan orang lain. Ada begitu banyak tujuan komunikasi yang membuat kita hidup senang dalam masyarakat.

Seiring dengan itu pula, maka ada banyak pertanyaan tentang tujuan komunikasi yang perlu dijawab:

1. Apa ltu komunikasi?
2. Apa sebab kita butuh berkomunikasi?
3. Apa saja wilayah studi komunikasi?
4. Bagaimana kita mencarl cara terbaik untuk berkomunikasi?

Apa itu komunikasi? Ada begitu banyak definisi tentang komunikasi tetapi secara komunikasi berarti pertukaran dan pemahaman atas informasi di antara dua atau lebih pihak. Di sini jelas bahwa komunikasi berlangsung antara dua pihak yang berbeda *between and among different parties*. Istilah *parties* berarti harus ada beberapa pihak, misalnya manusia dengan manusia, manusia dengan mesin, atau di antara mesin itu sendiri, atau manusia berinteraksi dengan komputer, komputer berinteraksi dengan komputer yang lain. Kita dapat mengartikan bahwa munikasi bersifat dinamis.

**Membuat Orang Lain Sadar**

Bayi menangis ketika dia dilahirkan. ltulah tanda yang menginformasikan kepada orang-orang yang menunggu kelahiran itu, bayi itu hidup! Yang lebih penting dari ini sebenarnya fungsi informasi yaitu "membuat orang lain sadar" akan awal mula kehidupan dari bukan sekadar "orok" tetapi seseorang pribadi. yaitu membuat orang lain sadar akan awal seorang pribadi. Memang kita belum dapat berkomunikasi dengan sang bayi, namun sang bayi mau mengatakan bahwa komunikasi bertujuan untuk membuat orang lain sadar bahwa "saya ada".

Kata pepatah, orang yang ingin tenar, beruntung, dan mempunyai status sosial yang tinggi merupakan orang-orang yang mampu membagi gagasannya kepada orang lain sehingga membuat banyak orang mengenalnya. Sebaliknya, orang yang sangat cerdas dan memiliki gagasan yang brilian namun tinggal di dalam situasi yang tidak jelas, karena tidak membagi ide-ide kepada orang lain, maka dia mengawali kegagalan dalam kehidupannya. Jadi berkomunikasi dan membagi gagasan besar merupakan orang yang ingin sukses dalam komunikasi/

**Kita Butuh Berkomunikasi**

Ada lelucon dalam komunikasi, katanya sangat beralasan mengapa Tuhan menciptakn manusia dengan satu mulut, dua mata, dua tangan, dua kaki, dua telinga, dua lapisan bibir dengar pasangan rahang yang bergigi dan hidung dengan dua lubang. Hanya dengan satu mulut supaya ada waktu untuk bicara ada waktu untuk diam, dengan dua mata maka manusia diminta untuk mempersepsikan atau memandang sesuatu jangan dengan sebelah mata, dengan dua telinga sehingga kita bisa mendengarkan dengan saksama, dengan dua tangan agar kita saling membantu, dengan dua kaki agar kita dapat berjalan dengan tegap dan sempurna, dengan dua lapisan bibir dan rahang bergigi agar kita dapat mengucapkan "bahasa" dengan sempurna, dan dengn lubang hidung agar kita mempunyai kemampuan penciuman yang seimbang. Bayangkan jika Tuhan tidak menciptakan indra pada manusia secara lengkap, maka wujud manusia seperti batu yang tidak mempunyai harga apa-apa.

Manusia sering disebut sebagai "binatang sosial" karena manusia selalu siap berkomunikasi dengan kelengkapan indra yang didukung oleh kecerdasan otak. Ketika seseorang berbicara dan diselingi senyum, maka mungkin ada orang yang mengatakan bahwa kita tidak bertindak apa-apa karena pihak lain selalu membutuhkan tindakan yang dapat menimbulkan efek bagi mereka. Ada banyak orang mempunyai konsep yang salah atau keliru karena tidak mengakui *silence as communication*, kata mereka komunikasi itu "bicara" bukan "diam". Padahal ketika kita diam seharusnya seharusnya dipandang bahwa ada *messages* tentang kegembiraan, kemarahan, kecemasan, kejujuran, sarkasme, atraksi dan masih banyak perasaan lain yang dinyatakan secara nonverbal. Jadi kita mengetahui bahwa manusia butuh komunikasi, dengan cara apa pun dia menyatakan informasi kepada orang lain.

**Mengembangkan Relasi**

Setiap manusia ingin bertahan hidup demi kehidupan, dan untuk sebuah kehidupannya membutuhkan bantuan dan dukungan dari orang lain. Salah satu jalan, yaitu mengembangkan relasi antar manusia. Coleman, seorang psikolog yang menulis pelbagai buku tentang *Emotional intli gence* menggugah kekaguman bagi banyak orang. Mengapa? Buku ini berisi sejumlah fakta tentang peranan komunikasi justru terletak pada motivasi untuk berkomunikasi efektif, atau sebaliknya motivasi untuk menghambat atau menggagalkan komunikasi. Menurut Coleman, jika sebelum nya kita hanya mengenal IQ (*Intelligence Quotient*) sebagai faktor penentu utama keberhasilan hidup, maka kini ada EQ (*Emotional Quotient*), Apa yang disebut EQ itu didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengendalikan emosi ketika dia berkomunikasi dengan orang lain, jadi sebenarnya keahlian berkomunikasi ditentukan oleh keahlian mengendalikan EQ

**Persuasi**

jika Anda meminta orang lain membuat perubahan yang besar, maka orang itu akan meminta Anda untuk dapat membuat hal-hal kecil, yaitu persuasif. Kemampuan membangun persuasi adalah bagian terpenting dari kemampuan berkomunikasi. Uji persuasi ini dapat dilakukan berkali-kali ketika Pak Ambros Anda perkenalkan kepada para tamu, "Ini Pak Ambros teman dosen dari fakultas saya, jika Anda membutuhkan bantuan kemampuan seorang peneliti yang memahami statistik, maka inilah orang yang tepat untuk itu! Persuasi Anda kepada tamu itu akan ditanggapi berbeda, tamu pertama mungkin merasa dipersuasi oleh karena Ambros adalah teman dosen se fakultas, tetapi tamu kedua mungkin merasa dipersuasi oleh kemampuan statistik dalam melakukan penelitian

Keberhasilan komunikasi ditentukan oleh, antara lain kemampuan kita untuk mempersuasi orang lain sehingga apa yang diinginkan dapat terjawab melalui orang yang bernama Ambros. Sebenarnya penerimaan kedua tamu terhadap Ambros ditentukan oleh kemampuan Anda untuk mempersuasi tamu apakah persuasi itu memenuhi kebutuhan tamu untuk menjadikan Ambros sekadar sebagai sahabat ataukah menjadikan Ambros sebagai mitra kerja dalam penelitian.

**Kesimpulan**

Komunikasi itu sangat penting dalam hidup kita. Dalam perjalanan kehidupan manusia, komunikasi ibarat pernapasan. Anda tidak dapat hidup lama tanpa bernapas dan Anda tidak dapat hidup *survive* dalam waktu lama jika tanpa komunikasi. Komunikasi ibarat benang yang mengikat diri kita dengan dunia. Marilah pertama-tama kita mempertimbangkan peranan komunikasi dalam setiap lingkungan kehidupan. Ingat bahwa komunikasi tidak pernah beroperasi dalam situasi hampa sosial, karena Anda selalu bekerja dengan orang lain di sekeliling Anda. Hari demi hari semua aksi kehidupan manusia selalu berkaitan dengan informasi, misalnya anda membuat laporan kepada atasan, maka Anda sudah melibatkan banyak cara berkomunikasi, akibatnya kita berusaha untuk berkomuntikasi dengan orang lain dalam banyak cara. Oke, bagaimana cara berkomuniknsi dengan baik agar komunikast ini dapat membuat Anda sukses? Berikut ini kembangkan empat tujuan komunikasi:

1. Membuat Anda leblh mengerti.
2. Membuat Anda lebih berterima.
3. Membuat Anda dapat membuat sesuatu.
4. Membuat Anda memahami orang lain.

**7.2. Peranan Komunikasi**

Sebelun membahas peranan komunikas, maka saya perlu menegaskan tentang kesimpangsiuran konsep antara "peranan", "fungsi","tujuan" dan "strategi" konunikasi. Kesimpangsiuran ini disebabkan karena ada tumpang-tindih antara apa yang seharusnya menjadi konsep dasar dalam peranan, fungsi, tujuan, dan strategi itu sendiri.

**Apa Itu Peranan?**

Konsep "peran" tidak dapat dipisahkan dengan konsep "status". Kata status berasal dari bahasa Latin *stare* artinya "berdiri" yang merujuk pada kekuatan seseorang yang beralas pada kakinya sehingga menopangnya agar berdiri tegak. Dalam tradisi budaya Barat maupun budaya timur jika kita berhadapan dengan seseorang yang lebih tua atau yang status sosialnya lebih tinggi, maka kita diharapkan berdiri atau duduk sopan.

Pengertian bendiri (status) dan pengertian duduk (kedudukan) dialilhkan ke dalam situasi masyarakat scbagai "ruang" kehidupan bersama, artinya setiap masyarakat mengetahui tempat bendiri (barat) dan duduk (timur) bagi setiap orang, dengan kata lain setiap orang tentu menpunyai status sosial atau kedudukan sosial. Dengan demikian, kedudukan atau status sosial merupakan tempat yang diambil seseorang atau lembaga dalam masyarakat. Pengertian tempat diartikan secara geografis yakni lokasi fisik di mana seseorang duduk atau berdiri, makna "tempat" merupakan konsep sosial budaya, misalnya sebagai lokasi di dalam pikiran orang atau sekelompok orang yang tinggal bersama dalam satuan sosial budaya tertentu.

Ada beberopa Jenis status, ada status yang diperoleh karena kelahiran (keturunan), faktor biologis, faktor kekayaan, faktor pekerjaan (profesi), dan faktor agama. Pada umumnya, dari status ini muncul gambaran dalam pikiran masyarakat di sekitarnya sebuah harapan tentang tampilan seseorang atau lembaga yang memiliki status ini. Karena itu untuk memenuhi harapan maka seseorang yang memiliki status menampilkan diri dan pribadinya dalam seperangkat peran (peranan), dan untuk mengejawantahkan seperangkat peran ini, maka dirumuskan seperangkat tugas dan fungsi.

Berdasarkan pertimbangan itu, maka "peranan komunikasi" berkaitan dengan status elemen-elemen komunkasi, jadi bisa saja muncul dalam peranan komunikator, pesan, media komunikasi, efek, konteks, dan peranan gangguan. Jadi ketika kita bicara komunikasi umumnya maka kita bicara tentang cakupan peranan sistem komunikasi secara *over all* yang biasanya berawal dari pemrakarsa komunikasi yakni komunikator, peranan ini terletak pada bagaimana komunikator dengan status tertentu menjalankan fungsi mengelola elemen komunikasi yang lain agar tampilan peran itu sesuai dengan statusnya.

**Konsep Yang Berkaitan Dengan Peranan**

**Fungsi**

Fungsi adalah seperangkat tugas (*task*) yang dilakoni oleh subjek peran. Dengan kata lain jika subjek peran adalah seorang komunikator maka "fungsi komunikator" adalah menjalankan apa-apa yang harus dijalankan komunikator sesuai dengan peranan komunikator, dalam komunikasi. Jika tidak ada perincian tugas, maka sudah tentu tidak ada fungsi, jika tidak ada fungsi maka komunikator pun tidak berperan.

**Tujuan**

Tujuan adalah apa yang harus atau yang direncanakan untuk dicapai dalam aktivitas komunikasi. Tujuan ini dapat dicapai manakala kita melaksanakan tugas-tugas fungsi. Jadi peranan komunikator (komunikasi) adalah menjalankan fungsi (seperangkat tugas) untuk mencapai "apa" yang telah direncanakan atau yang telah ditetapkan sebelumnya.

**Strategi**

Adalah metode, teknik atau cara komunikasi bekerja sehingga kita dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan tersebut. Jika komunikator ingin mencapai tujuan yang telah direncanakan, maka dia akan menjalankan seperangkat tugas tertentu (fungsi), dan untuk mempercepat, menghambat, membuat efektif atau tidak efektif, mendorong atau menghambat tercapainya tujuan maka komunikator menetapkan strategi komunikasi.

Berdasarkan uraian konseptual ini, maka konsep peranan, fungsi, tujuan, dan strategi dapat dibedakan, namun tidak dapat dipisahkan, tabel pada halaman berikut ini dapat membantu kita untuk memahami konsep-konsep ini.

Tabel berikut menunjukkan bahwa peranan dan fungsi komunikasi yang dirancang komunikator adalah mengirimkan informasi, instruksi, menghubungkan, mendidik, menerangkan, menghibur, persuasi, dan mempengaruhi itu akan diarahkan untuk tujuan komunikasiyang sesuai, mengirimkan informasi agar komunikan mengetahui, mengirimkan pesan yang mendidik ampl agar komunikan mengerti, mengirimkan pesan yang menghibur agar komunikan menikmati, mengirimkan pesan persuasif agar komunikan berubah sikap. Pertanyaannya bagaimana cara supaya pesan-pesan komunikasi itu dapat terkirim dan diterima dengan baik? Jawabannya adalah dengan menyusun strategi komunikasi.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PERANAN DAN FUNGSI KOMUNIKASI** | **STRATEGI KOMUNIKASI** | **TUJUAN KOMUNIKASI** |
| Informasi | 1. Kualitas komunikator 2. Kualitas pesan 3. Ketepatan media 4. Segmentasi audiens 5. Merancang efek 6. Mengurangi gangguan 7. Ketetapan konteks | Mengetahui |
| Perkenalan | Mengetahui |
| Identitas Diri | Mengetahui |
| Menyatakan emosi | Merasakan |
| Pertahanan diri | Peringatan |
| Instruksi | Mengetahui/melaksanakan |
| Persahabatan | Kenyamanan batin |
| Menyatakan hubungan | Menerima |
| Sosialisasi | Mengetahui |
| Menghibur | Menikmati |
| Mendidik | Mengerti |
| Navigasi | Ketepatan |
| Motivasi | Memutuskan |
| Mendukung | Minat dan bakat |
| Reproduksi | Pemerataan |
| Mempengaruhi | Perubahan |

Saya akan memulai penjelasan peranan komunikasi dengan memberikan beberapa contat berikut :

1. Sistem saraf berperan (fungsi saraf) mengantar pesan dari saraf pusat (yang ada di dalam otak) ke saraf yang dituju kemudian pesan ini kembali lagi ke otak.
2. Sistem hukum berperan (fungsi hukum) untuk mengatur tata hubungan antara manusia kelompok, komunitas, lembaga-lembaga dalam masyarakat demi tercapainya tujuan ketertiban sosial.
3. Sistem *highway* antarnegara bagian di Amerika Serikat berperan (fungsi jalan bebas hambatan) sebagai tempat lalu lintas mobil yang mengantar manusia, barang, dan jasa ke tertentu.

Contoh di atas menunjukkan bahwa ada peranan yang di dalamnya berisi pengelompokan fungsi yang dikelola dengan strategi tertentu menuju tujuan. Kita dapat menjelaskan peranan hukum dalam mempertahankan tertib sosial masyarakat dengan menganalisis fungsi-fungsi hukum yang diemban oleh instansi penegak hukum atau masyarakat umum, di sini instansi penegak hukum dan masyarakat umum dapat bersama-sama merumuskan strategi untuk mencapai tertib sosial dimaksud.

Demikian pula kita dapat menjelaskan peranan "jalan bebas hambatan" (tol) antarnegara di AS dengan menganalisis fungsi-fungsi jalan ini atau fungsi para sopir dan penumpang mobil yang melewati jalan itu ke arah kota yang dituju, ini berarti pula bahwa para pengguna jasa jalan bebas hambatan itu dapat bersama-sama merumuskan strategi untuk memelihara jalan tol itu sehingga dapat berfungsi sesual dengan hakikatnya. Contoh-contoh di atas menggambarkan pula bahwa setiap unsur dalam sistem hukum dan jalan bebas hambatan menjalankan peranan yang memiliki perincian fungsi masing-masing yang selalu dikomunikasikan di antara mereka demi keutuhan sistem.

Contoh lain, kita melihat dan mendengar sebuah pesan/informasi: (1) tokoh buku Gramedia menjual buku Charles Dickens berjudul *A Christmas Carol*; (2) dijual pula rekaman video dengar pendapat Komisi I DPR RI dengan semua pihak yang terkait dengan kasus Bank Century; (3) ada undangan tertulis dari paman untuk menghadiri perkawinan anaknya. Perhatikan bahwa tiga contoh ini mengandung pesan/informasi yang kita lihat atau yang kita dengar, pesan-pesan ini hanya mengandung sebagian dari keseluruhan proses komunikasi.

Dalam kasus buku *A Cliristmas Carol*, komunikasi baru terjadi ketika ada proses yang menghubungkan pembaca dengan Charles Dickens melalui cerita yang dibangun pengarangnya; dalam kasus video rekaman dengar pendapat, komunikasi baru terjadi ketika ada proses yang menghubungkan penonton dengan cerita yang ditayangkan; dan dalam kasus undangan perkawinan komunikasi baru terjadi ketika ada proses yang menghubungkan antara yang diundang dan pamannya melalui undangan ini, Jadi buku, rekaman video, dan undangan hanya merupakan bagian dari proses komunikasi, yang menjalankan sebagian fungsi komunikasi.

Kita dapat mengatakan bahwa komunikasi berperan sebagai perekat yang mempersatukan semua bagian (termasuk bagian fungsi dalam peranan) mulai dari sumber sampai ke tujuan dalam suatu sistem komunikasi. Metafora perekat ini memberikan penjelasan tentang peranan utama komunikasi, yaitu:

1. Menghubungkan, bahwa komunikasi bukan merupakan koneksi yang pasif, komunikasi berperan dalam suatu proses yang menghubungkan fungsi beberapa bagian yang terpisah atau yang berbeda dalam suatu sistem bersama.
2. Untuk menjelaskan apa yang terjadi; kita tidak dapat memahami komunikasi hanya dengan melihat apa yang kita lihat atau memahami komunikasi hanya dengan mendengar apa kita dengar, kita akan dapat memahami komunikasi ini secara lengkap setelah mengerti penjelasan tentang hubungan antara apa yang dilihat dan didengar dengan lingkungan sekelilingnya.

**7.3. Fugsi Komunikas**

**Fungsi Universal Komunikasi**

Komunikasi memainkan peranan yang integral dari banyak aspek dalam kehidupan manusia. Kita menghabiskan sebagian besar waktu hidup kita untuk berkomunikasi. Untuk apa berkomunikasi? Fungsi komunikasi, dalam hal ini, untuk melayani beragam fungsi yang penting. Komunikasi dapat memuaskan kehidupan kita manakala semua kebutuhan fisik, identitas diri, kebutuhan sosial, dan praktis dapat tercapai. (Adler & Rodman, 2003)

**Memenuhi Kebutuhan fisik**

Pelbagai penelitian menunjukkan bahwa komunikasi berfungsi untuk menyembuhkan manusia. Adler dan Rodman (2003), menjelaskan bahwa orang yang kurang atau jarang membangut relasi dengan sesama memiliki tiga atau empat kali risiko kematian. Sebaliknya, orang yang selalu membangun relasi dengan sesama mempunyal peluang hidup empat kalil lebih besar. Ini berarti bahwa membangun relasi dengan sesama juga dapat membuat orang lain membantu meningkatkan kualitas fisik kita.

**Memenuhi Kebutuhan Identitas**

Pernahkah Anda diminta menyerahkan KTP ketika melaporkan diri di kantor/petugas perusahaan penerbangan di bandara? Petugas ini ingin menanyakan identitas Anda apakah nama yang tertera dalam tiket sesuai dengan KTP. Seseorang berkomunikasi dengan orang lain untuk menunjukkan bahwa dia ada bersama-sama dengan kita. Bergaul dengan sesama menguntungkan kita, misalnya untuk belajar tentang siapakah dia, dari pergaulan itulah kita mengetahui siapakah saya dan siapakah dia. (Adler & Rodman, 2003). Riset menunjukkan bahwa sebagian besar orang merasa tertarik jika identitas diri kita diketahui karena dapat dikenang.

**Memenuhi Kebutuhan Sosial**

Fungsi komunikasi yang juga penting yaitu untuk memenuhi kebutuhan sosial. Beberapa kebutuhan sosial yang dapat dipenuhi dari lingkungan adalah mengisi waktu luang, kebutuhan untuk disayangi, kebutuhan untuk dilibatkan, kebutuhan untuk keluar dari masalah yang rumit kebutuhan untuk rileks, dan untuk mengontrol diri sendiri atau orang lain.

**Memenuhi Kebutuhan Praktis**

Salah satu fungsi utama komunikasi yaitu kita dapat memenuhi kebutuhan praktis kita sehari-hari. Komunikasi merupakan kunci penting yang seolah-olah membuka pintu supaya kebutuhan kita praktis dipenuhi oleh karena kita berinteraksi dengan orang lain.

**Fungsi-Fungsi Dasar Komunikasi**

**Pendidikan dan Pengajaran**

Fungsi pendidikan dan pengajaran sebenarnya sudah dikenal sejak awal kehidupan manusia kedua fungsi ini dimulai dari dalam rumah, misalnya pendidikan nilai dan norma budaya, budi pekerti, dan sopan santun (fungsi pengajaran) oleh orang tua dan anggota keluarga lain. Pendidikan dan pengajaran dilaksanakan melalui pendidikan formal di sekolah dan pendidikan informal/nonformal dalam masyarakat. Komunikasi menjadi sarana penyediaan pengetahuan, keahlin dan keterampilan untuk memperlancar peranan manusia dan memberikan peluang bagi orang lain untuk berpartisipasi aktif dalam kehidupan bermasyarakat.

**Informasi**

Setiap orang dan sekelompok orang membutuhkan informasi untuk meningkatkan kualitas hidup mereka, informasi ini dapat diperoleh dari komunikasi lisan dan tertulis melalui komunikasi antarpersonal, kelompok, organisasi dan komunikasi melalul media massa. Mereka yang memiliki kekayaan informasi akan menjadi tempat bertanya bagi orang lain di sekitarnya. Ada pepatah mengatakan bahwa siapa yang menguasai Informasi, maka dialah yang menguasai dunia, dan komunikasi menyediakan informasi tentang keadaan dan perkembangan lingkungan sekelilingnya.

**Hiburan**

Untuk memecahkan masalah dalam kehidupan yang rutin, maka manusia harus mengalihkan perhatiannya dari situasi stres ke situasi yang lebih santai dan menyenangkan. Hiburan merupakan salah satu kebutuhan penting bagi semua orang. Komunikasi menyediakan hiburan yang tiada habis-habisnya misalnya melalui film, televisi, radio, drama, musik, literatur, komedi, dan permainan.

**Diskusi**

Kehidupan kita penuh dengan pelbagai pandangan dan pendapat yang berbeda-beda, untuk menyatukan perbedaan itu dibutuhkan debat dan diskusi antarpersonal maupun dalam kelompok. Melalui diskusi dan debat akan ditemukan kesatuan pendapat sambil tetap menghargai perbedaan yang dimiliki orang lain. Komunikasi merupakan sarana yang baik bagi penyaluran bakat untuk berdebat dan berdiskusi tentang gagasan baru yang lebih kreatif dalam membangun kehidupan bersama.

**Persuasi**

Persuasi mendorong kita untuk terus berkomunikasi dalam rangka penyatuan pandangan yang berbeda dalam rangka pembuatan keputusan personal maupun kelompok atau organisasi. komunikasi memungkinkan para pengirim pesan bertindak sebagai seorang persuader terhadap pesan yang diharapkan akan berubah pikiran dan perilakunya.

**Promosi Kebudayaan**

Komunikasi juga menyediakan kemungkinan atau peluang untuk memperkenalkan, menjaga dan melestarikan tradisi budaya suatu masyarakat. Komunikasi membuat manusia dapat menyampaikan dan menumbuhkembangkan kreativitasnya dalam rangka pengembangan kebudayaan.

**Integrasi**

Melalui komunikasi, maka sejumlah orang yang melintasi ruang dan waktu di muka bumi ini dapat diintegrasikan, artinya dengan komunikasi makin banyak orang saling mengenal dan mengetahui keadaan masing-masing. Suatu bangsa yang besar dapat diintegrasikan melalui komunikasi, misalnya komunikasi melalui media massa.

**Fungsi Pribadi Dan Funosl Sosial Komunikas**

Secara umum ada empat kategori fungsi utama komunikasi, yakni: (1) fungsi informasi; (2) fungsi instruksi; (3) persuasif, dan (4) fungsi menghibur. Apabila empat fungsi utama ini diperluas maka akan ditemukan dua fungsi lain, yakni: (1) fungsi pribadi, dan (2) fungsi sosial. Fungsi pribadi komunikasi diperinci ke dalam fungsi: (1) menyatakan identitas sosial; (2) integrasi sosial; (3) kognitif, dan (4) fungsi melepaskan diri/jalan keluar.

Adapun fungsi sosial terperinci atas, fungsi: (1)fungsi pengawasan, (2) menghubungkan/menjembatani; (3) sosialisasi; dan (4) menghibur.

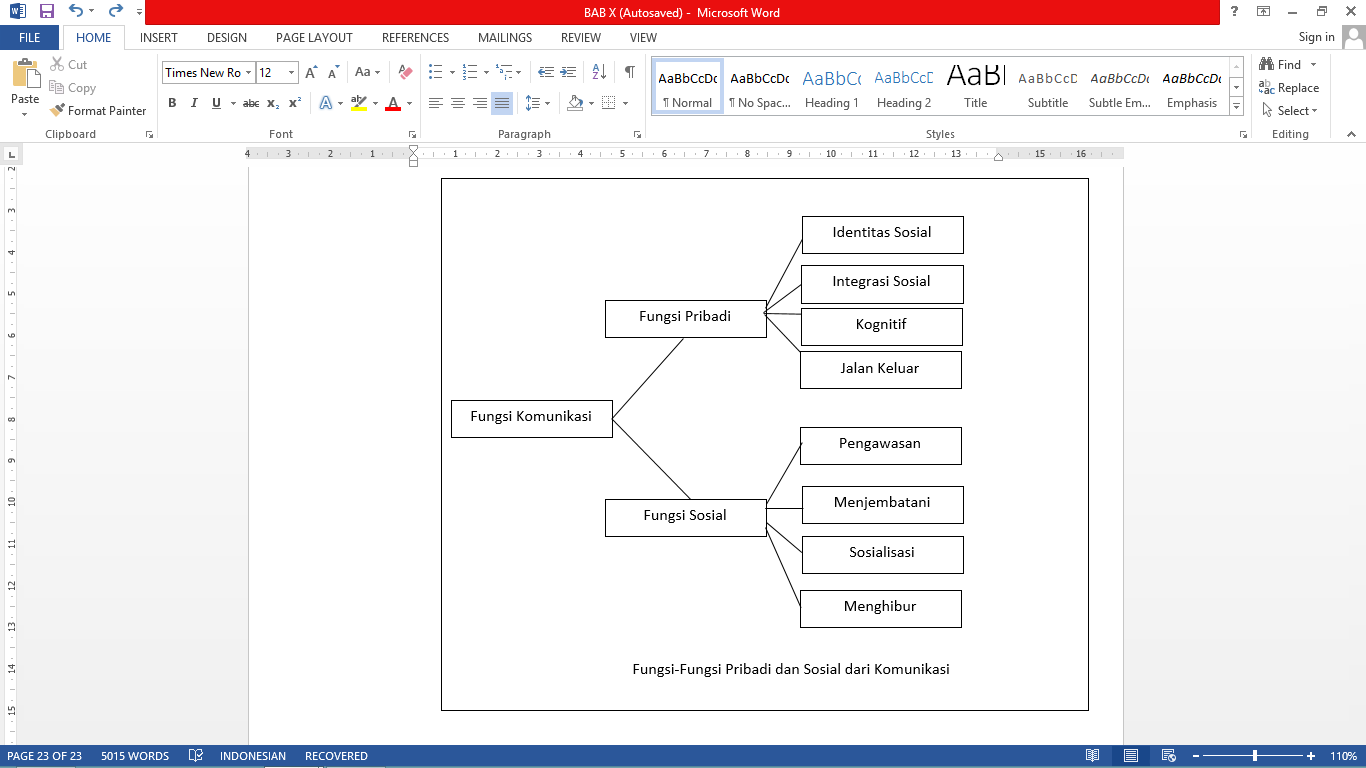
**Fungsi Pribadi**

Fungsi pribadi adalah fungsi-fungsi komunikasi yang ditunjukkan melalui perilaku komunikasi yang bersumber dari seorang individu.

**Menyatakan Identitas Sosial**

Dalam proses komunikasi antarbudaya terdapat beberapa perilaku komunikasi individu yang digunakan untuk menyatakan identitas diri ataupun identitas sosial. Perilaku itu dinyatakan melalui tindakan berbahasa baik secara verbal dan nonverbal. Dari perilaku berbahasa inilah dapat diketahui identitas diri ataupun sosial, misalnya dapat diketahui asal usul suku bangsa, agama, dan tingkat pendidikan seseorang.

Pak jago adalah orang jawa, karena itu dia menyatakan identitasnya dengan bahasa Jawa, Pedro da Silva berasal dari Timor Leste yang menyatakan dirinya dengan bahasa Tetun-Porto, beberapa perilaku nonverbal pun dapat menyatakan identitas sosial. Pak Kendro, juga orang Jawa, mengatupkan kedua belahan tangan dan membungkukkan kepala di hadapan atasannya sebagai wujud kehormatan. Orang bugis menampilkan "badik" sebagai identitas suku yang berani dan gagah perkasa, orang Manggarai menyatakan identitas melalui tarian caci, orang Katolik menampilkan rosario, orang Islam menampilkan tasbih. Manusia berkomunikasi dengan menunjukan ciri-ciri individu ataupun kelompok sosial-budayanya melalui perilaku atau tindakan komunikasi. Perilaku sebagaimana dicontohkan di atas berfungsi menyatakan asal usul atau latar belakang kehidupan sosial budaya, misalnya suku bangsa, agama, pendidikan, dan pengetahuan



**Menyatakan Integrasi Sosial**

Inti konsep integrasi sosial yaitu menerima kesatuan dan persatuan antarpribadi, antar kelompok, namun tetap mengakui perbedaan yang dimiliki oleh setiap unsur. Perlu dipahami bahwa salah satu tujuan komunikasi yaitu memberikan makna yang sama atas pesan yang dibagi antara komunikator dan komunikan. Dalam kasus komunikasi antarbudaya yang melilbatkan perbedaan budaya antara komunikator dan komunikan, maka integrasi sosial merupakan tujuan utama komunikasi.

Prinsip utama dalam proses pertukaran pesan komunikasi antarbudaya adalah saya memperlakukan Anda sebagaimana kebudayaan Anda memperlakukan Anda dan bukan sebagaimana saya kehendaki. Akibatnya, yaitu komunikator dan komunikan dapat meningkatkan integrasi sosial atas relasi mereka. Fungsi integratilf dalam kebudayaan dapat ditandai oleh simbol-simbol perilaku komunikasi, mempersilakan Anda untuk merokok atau makan sirih pinang dalam kebudayaan orang-orang di N'TT, menerima gelar-gelar kehormatan dari suku bangsn lain seperti dilakukan orang Irian Jaya kepada para pejabat dari Jakarta, menggunnkan atribut-atribut berasal dari kebudayan lain, atau mengisap pipa rokok untuk perdamaian ala orang Indian, suku Apache.

**Menambah Pengetahuan**

Sering kali komunikasi antarpribadi ataupun antarbudaya berfungsi/bertujuan menambah pengetahuan bersama karena kita saling mempelajari kebudayaan. Misalnya, pada tanggal 18 November 1996 saya tiba di kota La Cruces, Negara Bagian New Mexico/AS. Saya bersama dengan teman saya menginap di Hotel Holiday Inn yang terletak di dekat pintu tol keluar menuju kota El Paso di Texas. Menjelang makan malam ala Mexico di rcstoran, saya termanggu-manggu melihat sebuah lingkaran kalungan bunga berwarna merah. Stefano, sang resepsionis menerangkan kalau kalungan itu tersusun dari rangkalan cabe merah (*chill/pappers*). Mengapa harus tersusun dari cabe merah dan tidak dari bunga kamboja seperti di Honolulu? Kata Stefano, cabe merah merupakan "bumbu wajib" (entah untuk dimakan atau sekadar hiasan), yang pasti cabe merah ditemukan dalam aneka ragam masakan New Mexico, antara lain *guacomole* (racikan sayur/gado-gado yang tersusun atas daun sawi, tomat, alpukat, cabe merah, *salt*). Rangkaian cabe itu dapat ditemukan pula di kota Fredericksburg, satu kota kecil tempat museum George Bush untuk memperingati perang Laut Pasifik dalam Perang dunia II-Johnson City, kota kelahiran Lindon B. Johnson.

**Melepaskan Diri/Jalan Keluar**

Kadang-kadang kita berkomunikasi dengan orang lain untuk melepaskan diri atau jalan keluar atas masalah yang sedang kita hadapi. Anda mungkin lebih suka memilih teman kencan karena dalam banyak hal dia cocok dengan Anda, dan dia memiliki pikiran-pikiran dan gagasan yang sama, dia seorang perasa sama seperti Anda. Namun sebaliknya Anda juga berteman dengan orang yang dapat memenuhi kekurangan yang Anda miliki. Anda seorang humoris dan memilihnya karena dia seorang yang sangat serius, Anda merasa Anda berdua melengkapi. Pilihan komunikan seperti itu kita katakan komunikasi yang berfungsi menciptakan hubungan yang komplementer dan hubungan yang simetris.

Hubungan komplementer selalu dilakukan oleh dua pihak mempunyai perilaku yang berbeda. Perilaku salah seseorang berfungsi sebagai stimulus perilaku komplementer dari yang lain. Dalam hubungan kompelementer perbedaan di antara dua pihak dimaksimumkan. Orang meenempati posisi yang berbeda, seperti yang satu atasan dan yang lain bawahan, yang satu aktif dan yan pasif, yang satu kuat dan yang lain lemah. Sebaliknya hubungan yang simetris dilakukan oleh orang yang saling bercermin pada perilaku lainnya. Perilaku satu orang tecermin pada perilaku yang lainnya. Jika salah seorang mengangguk yang lainnya mengangguk, jika yang satu menampakkan rasa cemburu yang lain memperlihatkan rasa cemburu, jika yang satu pasif yang lain pasif juga. Hubungan ini bersifat setara (sebanding) dengan penekanan dan meminimalkan perbedaan di antara kedua orang yang bersangkutan.

**Fungsi Sosial**

**Pengawasan**

Fungsi sosial yang pertama adalah pengawasan. Praktik komunikasi antarbudaya dimana komunikator dan komunikan yang berbeda kebudayaan berfungsi saling mengawasi. Dalam setiap proses komunikasi antarbudaya fungsi ini bermanfaat untuk menginformasikan "perkembangan" tentang lingkungan. Fungsi ini lebih banyak dilakukan oleh media massa yang menyebarluaskan secara rutin perkembangan peristiwa yang terjadi di sekitar kita meskipun peristiwa ini terjadi dalam sebuah konteks kebudayaan yang berbeda. Akibatnya, kita turut mengawasi perkembangan peristiwa dan berusaha mawas diri seandainya peristiwa itu terjadi pula dalam lingkungan kita.

Selama bulan Januari 1988 masyarakat dunia dikejutkan oleh pemberitaan tentang "pelecehan seksual" yang dilakukan oleh Presiden Bill Clinton terhadap Paula Jones dari Arkansas dan Monica Lewinsky. Yang menarik dari pemberitaan itu adalah informasi tentang betapa hukum di AS dapat diperlakukan kepada seluruh warga AS tanpa peduli kepada Presiden sekalipun. Juga menarik adalah betapa norma dan nilai yang berkaitan dengan kejujuran merupakan sesuatu yang sangat mahal bagi seorang warga Amerika Serikat. Kita pun belajar dari sebuah kebudayaan bangsa besar seperti AS yang meletakkan nilai-nilai positif tentang hukum dan moral yang berlaku di negeri adikuasa itu.

**Menjembatani**

Dalam proses komunikasi antarpribadi, termasuk komunikasi antarpribadi, maka fungsi kaomunikasi antarpribadi yang dilakukan antara dua orang yang berbeda budaya itu merupakan jembatan atas perdaan di antara mereka. Fungsi menjembatani itu dapat terkontrol melalui pesan-pesan yang mereka pertukarkan, keduanya saling menjelaskan perbedaan tafsir atas sebuah pesan sehingga menghasilkan makna yang sama. Fungsi ini dijalankan pula oleh pelbagai konteks komunikasi termasuk komunikasi massa.

Media masa membantu khalayak untuk menginterpretasi secara tepat apa yang terjadi tentang lingkungan. Wali Kota Kupang menyatakan dalam harian *Pos Kupang* tanggal 28 Januari 1988 tentang Peranan Humas Pemda Kodya Kupang. Katanya, untuk menghindari kesimpangsiuran berita tentang pembangunan dan pelbagai kebijaksanaan, maka diinstruksikan agar keluar-masuknya informasi dari Pemda Kodya hanya melalui pintu Humas. Fungsi Humas di sini berperan sebagai komunikator antarbudaya yang berbentuk organisasi untuk menjembatani peralihan pesan antarbudaya antara pemerintah kota dan masyarakatnya .

**Sosialisasi Nilai**

Fungsi sosialisasi merupakan fungsi untuk mengajarkan dan memperkenalkan nilai-nilai kebudayaan suatu masyarakat kepada masyarakat lain. Kalau Anda menonton suatu pagelaran seni budaya maka mungkin sekali Anda "tidak" terlalu suka pada wayang golek orang Jawa, mungkin pada "tor-tor" orang Batak, namun Anda pun diminta untuk mempelajari nilai-nilai yang terkandung dalam tampilan tarian tersebut. Dalam komunikasi antarbudaya sering kali tampil nonverbal yang kurang dipahami, namun yang lebih penting daripadanya adalah bagaimana menangkap nilai yang terkandung dalam gerakan tubuh, gerakan imajiner, dari tarian-tarian tersebut.

**Menghibur**

Fungsi menghibur juga sering tampil dalam proses komunikasi antarbudaya. *American Fun* sering ditampilkan TVRI memberikan gambaran tentang bagaimana orang-orang sibuk memanfaatkan waktu luang untuk mengunjungi teater dan menikmati suatu pertunjukkan humor. Menonton kasidah yang ditampilkan oleh anak-anak sebuah pesantren mungkin kurang disukai oleh mereka yang suka musik klasik, namun kalau Anda menonton dengan mental menikmati seni tampilan kasidah tidak mengganggu Anda.

Ketika saya di Honolulu-pada 6 Oktober 1996-saya menonton tarian hula-hula dan "Hawaian" di taman kota yang terletak di depan Honolulu Zaw. Hiburan ini termasuk dalam kategori hiburan antarbudaya. Di kota San Antonio saya menonton khazanah musik berirama Latin dengan ciri khas musuk "samba" dan harmonika di Market Square, inilah fungsi menghibur dari komunikasi antarbudaya.

Dari apa yang diuraikan tersebut terlihat bahwa praktik komunikasi antarbudaya mengandung fungsi-fungsi pribadi dan fungsi sosial, namun dalam komunikasi antarbudaya, salah satu fungsi utama yaitu mengurangi tingkat ketidakpastian dan kecemasan. Dua fungsi ini bersumber dari teori komunikasi antarpribadi dan komunikasi antarkelompok yang diperkenalkan Charles Berger (1975).

Gudykunst (1988), mengakui bahwa kebudayaan berpengaruh dalam proses komunikasi yang mengakibatkan munculnya situasi dan kondisi yang cemas dan tidak pasti. Keadaan itu pernah digambarkan oleh Gudykunst dan Kim (1984) sebagai metafora orang asing (baca:seperti yang kami alami di Meksiko) yang selalu berinteraksi dalam situasi dan kondisi yang cemas, tidak pasti atau tidak menentu .

Dalam situasi seperti itu muncul dua kata yang selalu ada untuk menerangkan komunikasi antarbudaya, juga kata yang menggambarkan kondisi psikologis manusia, yakni ketidakpastian dan kecemasan. Perubahan situasi dan kondisi yang digambarkan oleh dua kata itu akan terjadi manakala terjadi perubahan derajat kesamaan antara dua orang yang berkomunikasi. Karena itu, saya akan merasa kurang cemas dan lebih pasti manakala orang yang berkomunikasi ini memiliki banyak kesamaan dengan saya.

Misalnya, Anda kurang cemass dan khawatir kalau Anda akan berkomunikasi dengan seorang yang merupakan anggota keluarga Anda, teman sekelas di SMA, teman sekota, warga satu RT, kalau Anda bcrkomunikasi dengan mereka, maka Anda akan memakai bahasa yang sama, istilah-istilah khusus, berbicara dengan bahasa yang sederhana sehingga Anda merasa nyaman. Sebaliknya kecemasana dan ketidakpastian, kebimbangan dan perasaan ragu-ragu itu akan terjadi kala berkomunikasi dengan seorang yang berbeda suku bangsa, bahasa, agama, tingkat pendidikan dan jabatan. karena terhadap mereka, Anda tidak akan memakai "bahasa" atau istilah-istilah yang sama-sama dipahami.

Apabila kita dapat mengurangi tingkat ketidakpastian tentang orang lain maka kita akan mempunyai peluang yang makin besar untuk memahami orang itu. Untuk mengerti dan memahami orang lain, maka kita perlu memahami tiga tingkatan kemampuan untuk "mengerti" orang lain yakni kemampuan untuk: (1) menggambarkan (*to desciprition*); (2) meramalkan (*to prediction*) dan (3) menjelaskan (*to explanation*) (Berger, Garder, Parks, Shulman, dan Miller, 1976).

Yang dimaksudkan dengan kemampuan untuk menggambarkan adalah kemampuan mengungkapkan sccara terperinci ciri-ciri seorang, misalnya ciri fisik yang dilukiskan denga kata-kata ataupun tanda-tanda nonverbal. Kemampuan untuk meramalkan dapat ditunjukkan dengan meramalkan apa yang bakal terjadi kalau Anda berkomunikasi dengannya dalam situasitertentu, sedangkan kemampuan untuk menjelaskan adalah menjawab pertanyaan mengapa kita berkomunikasi dengan orang itu.

Selain tingkat ketidakpastian (*uncertainty*), maka kita akan menghadapi tingkat kecemasan tertentu kalau berkomunikasi dengan seorang dari kebudayaan lain. Yang dimaksudkan dengan kecemasan adalah suatu perasaan yang kurang menyenangkan, tekanan batin, perasaan bersalah atau ragu-ragu tentang orang yang sedang dihadapi, kecemasan mengandung suasana emosional yang tidak bersifat kognitif atau perilaku**.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **If the Person Does This:** | **It Probably Means :** | **You Might Respond by:** |
| Waves | Hello | Saying "Hello" waving back |
| Smiles | Happy. Hello | Talking about the situation at hand that is producing |
| Pushes you away | Want the activity to stop, angry disinterested | * Stop or modify the activity * Elicit more Info about what is causing the anger * Initative a more Interesting activity |
| Reaches for an object | Want the object | Helping them get the object, talk about it, name it, help the person manipulate it |
| Points to person | They like the person; curious about the person; curious about the person; wants interaction with the person | Calling the person over, aiding interaction with that person |
| Throw an object | They don't like the object; want to play with the object; don't understand the object | * Removing the object * Reciprocate play with the object * Demonstrate function or play pupose of object. |
| Walks up to / stands at the sink | Want a drink | Assist in obtaining a drink |
| Open the refrigerator | Wants something to eat | Assits in obtaining something to eat |
| Stays in bed | Tired; not feeling well | Allowing the rest, check for illness symptons |
| Cries | Sad; ill; communicating displeasure | Assessing situation to discern cause of prablem |
| **If the Person Does This:** | **It Probably Means :** | **You Might Respond by:** |
| Falls asleep at work site | Tired; ll; bored | * Assessing situation for symptoms of illness * Consider sleep patterm/getting adequate sleep * Offer choice of more Interesting activity |
| Run away from support person | Playing: desire to leave situation; desire for physical activity | * Reciprocating play * Removing person from situation * Engaging person in the physical actvity |
| Repeats a word or a person's name (car car, car; mom mom, mon; etc) | Want the word being spoken | * Taking a ride in the "car" * Telephoning mom |
| Hums, Coos | Person is happy, content | Continuing activity or condition that is producing pleasure |
| Laugh | Person is happy, playful, teasing | * Continuing activity or condition that is producing pleasure. * Reciprocating teasing, behavior, game |
| Mouths objects | Desires oral, tactile simulation; is hungry | * Substituting potentialy more appropriate stimulation * Offering something to eat * Demonstrating proper function of the object |
| Paces, Rocks | Desires physical activity; bored | * Engaging in physlcal activity * Offering alternative actvities |

Dengan demikian, setiap ketidakpastian merupakan hasil dari ketidakmampuan orang untuk meramalkan perilaku orang lain, sedangkan kecemasan dihasilkan oleh antisipasi kita terhadap perilaku negatif yang mungkin timbul dalam komunikasi antarbudaya. Perilaku negatif yang dikhawatirkan itu adalah dampak psikologis, dampak tindakan bagi diri kita sendiri, maupun evaluasi yang bersifat negatif yang membedakan antara kelompok budaya Anda dan kelompok budaya orang itu. Pertanyaan adalah apa sebab hal itu terjadi? kenyataan menunjukkan bahwa kebudayaan berbias dalam ketidakpastian sehingsa menghasilkan kesemuan atau sikap mendua, akibatnya membuat keadaan psikologis kita menjadi tidak nyaman.

**Deskripsi Fungsi-Fungsi Komunikasi**

Kategori yang paling sering digunakan untuk menggambarkan fungsi-fungsi komunikasi yang berbeda antara lain:

1. Fungsi informasi
2. Instruksi
3. Persuasi
4. Fungsi hiburan

Pembedaan di antara fungsi-fungsi ini tidak terlalu tajam karena terkadang ada campuran antara dua atau lebih fungsi komunikasi. Berita tentang perawatan pasien yang tertular flu burung di Metro TV bisa dianggap sebagai informasi, namun di dalamnya juga mengandung instruksi dan persuasi bagi pemirsa untuk lebih berhati-hati mengadapi wabah flu tersebut. Ketika kita menonto tayangan Kick Andy di Metro TV, maka para pemirsa bisa memperoleh sejumlah informasi, persuasi, dan hiburan.

**Fungsi Informasi**

Pada level tertentu, semua pesan komunikasi merupakan informasi. Jika pesan itu tidak "berisi" (*content*), maka kita tidak akan mengetahui tentang "sesuatu", akibatnya kita tidak mungkin memberi perhatian pada pesan tersebut. Setiap kali kita mengomunikasikan "sesuatu" kepada orang lain, maka perpindahan informasi itu meliputi juga "konteks" yang di dalamnya mengacu pada data atau fakta-fakta yang "telanjang". Ketika seseorang menghubungi saya pada suatu waktu ketika ada yang memberikan nomor teleponnya kepada saya, ketika seseorang melihat kalender lalu mencoret beberapa tanggal, maka sebenarnya mereka sedang mencari informasi.

Perhatikan pula database yang menyediakan segala jenis informasi seperti kartu-kartu katalog, buku telepon, rekening koran bank, peta topografi, cetak biru, dan data komputer semuat adalah jenis-jenis informasi. Asumsi kita tentang daya guna informasi adalah informasi yang disediakan untuk kita merupakan data yang tingkat validitasnya tinggi. Fungsi informasi dari komunikasi akan terus meningkat, bahkan kini kita sedang berada dalam era informasi, maka informasi itu harus dibayar (bandingkan ketika Anda membeli *voucher* isi ulang bagi telepon seluler). Jadi perusahan telepon seperti PT Telkom sedang menjalankan fungsi informasi bagi para pelanggannya karena dengan membaca buku direktori telepon, maka pelanggan dapat mengetahui nomor telepon kantor polisi, rumah sakit, apotek, dan dokter jaga.

**Masalah Informasi**

Dalam akitivitas komunikasi, tidak ada seorang pun, yang berharap akan terjadinya "masalah informasi". Setiap orang selalu mengharapkan informasi yang komplet dan akurat, namun sebaliknya kenyataan menunjukan kita sedang berhadapan berhadapan dengan tampilan informasi yang tidak lengkap. Mereka yang menjadi penyedia dan pelayan informasi disebut *gatekeepers*. Disebut "penjaga gawang" karena mereka mempunyai kemampuan untuk membuat keputusan tentang bagaimana informasi ini dibentuk dan dengan cara bagaimana informasi dapat dieliminasi. Model Westley dan MaClean dapat menggambarkan bagaimana fungsi seorang *gatekeepers* dalam media massa.

Sekurang-kurangnya ada beberapa masalah yang dihadapi oleh "informasi", ***pertama*** adalah *gatekeeping*. Seorang "penjaga gawang'" yang bekerja untuk sebuah media massa akan berpegang pada batas waktu kerja para reporter atau wartawannya. Seorang "penjaga gawang" sudah tahu kapan batas waktu bagi pemasukan berita paling akhir yang siap disunting sebelum naik cetak. Kemampuan utama seorang "penjaga gawang" adalah kemampuan istimewa karena dalam jam-jam terakhir, dalam menit-menit terakhir dan bahkan detik-detik terakhir, dialah orang yang mempunyai kepekaan terhadap daya guna dan pengaruh suatu informasi.

***Kedua***, adalah kadang-kadang apa yang kita maksudkan sebagai informasi ternyata telah berubah menjadi opini yang mempunyai kecenderungan menjauhi fakta. Ketika kita mendengar suatu pertanyaan dalam siaran komersial radio, "*When doctors were asked what medication they would want if stranded on a dessert island, the named Bayer*"? Pertanyaan ini membuat kita berpikir bahwa pertanyaan tersebut hanya bersifat informatif padahal dokter memaksudkan pertanyaan itu sebagai pertanyaan faktual. Dalam kehidupan kita sehari-hari, kita tidak tahu berapa banyak atau jenis pertanyaan yang harus disampaikan oleh dokter untuk mendapatkan respons tentang hal yang dia maksudkan. Sama halnya ketika dokter membuka baju kita, maka dia akan bertanya apakah Anda sakit *hemorrhoids, upset stomachs, aches* *and pains or plaque*? Semua pertanyaan itu membuat kita bingung karena dipersuasi dengan informasi tersebut.

***Ketiga,*** masalah lain terletak pada cara bagaimana kita membawa suatu fakta ke dalam kehidupan kita. Ketika seseorang menerima informasi, maka dia mencoba mengintegrasikan informasi itu ke dalam ranah pengetahuan yang akan dia gunakan. Oleh karena itu, setiap orang selalu berharap agar informasi harus akurat dan tidak bias sehingga tidak dapat diintegrasikan ke dalam sistem memori. Contoh, jika dua orang sedang menunggu ahli bedah untuk mendapatkan informasi tentang slapakah orang pertama yang akan dioperasi, maka kedua orang tadi sedang mengintegrasikan informasi ini ke dalam pengetahuan mereka secara berbeda. Mengapa? Ketika keduanya nendengarkan kata - kata ahli bedah , maka paling tidak 90 % pendengaran mereka "penuh" tertuju pada ancaman operasi, padahal dokter memaksudkan informasi itu hanya untuk satu orang saja. Dalam kasus ini, dikatakan bahwa pesan menjadi fungsional bagi yang satu tetapi pesan yang sama menjadi disfungsional bagi yang lain dan ltu dapat diukur dengan kebimbangan dua orang itu ketika berhadapan dengan informasi

Penelitian oleh Jerome Bruner dkk, menunjukkan bahwa bagaimana individu-individu berbeda mengintegrasikan *material factual* ke dalam pandangan mereka. Bagaimana mereka melihat dunia dipengaruhi oleh kebudayaan dan pengalaman personal, Budaya mempengaruhi bagaimana individu bereaksi terhadap data-data faktual. Bruner telah melaporkan bahwa anak-anak miskin cenderung berpikir menerima kenyataan hidup ketika mereka menerima uang lebih besar daripada teman-teman mereka yang kaya. Karena itu, anak-anak miskin berpikir bahwa uang perak yang mereka terima itu pasti lebih dari 10 dollar, apalagi karena anak-anak yang kaya tidak peduli dengan jumlah uang itu. Jadi budaya hidup kita mendorong kita untuk memberikan interpretasi tersendiri terhadap pelbagai data faktual.

**Fungsi Instruksi**

Instruksi adałah informasi plus Ada yang mengatakan instruksi adalah informasi + informasi. Informasi yang bermiłai membuka peta kognitif seseorang. karena itu pesan-pesan dalam rangka penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan sering tidak disebut informasi melainkan "instruksi". Ingatlah bahwa ketika seorang dosen merancang mata kuliah, maka dia mencantumkan pada awal rancangan kuliah ini dengan menyebutkan "Tujuan Instruksional Umum" yang berisi apa yang akan dicapai setelah suatu pokok bahasan mata kuliah itu diajarkan kepada mahasiswa. Jadi instruksi merupakan serangkaian informasi plus yang memerlukan interpretasi lebil lanjut. Dalam beberapa hal, instruksi merupakan kumpulan fakta sepanjang dia memiliki perspektif tertentu. Informasi yang berbentuk instruksi dapat berbentuk instruksi informal seperti ketika belajar membakar kue, memasak sup ayam, dan mengisi oli ke dalam mobil. Juga berbentuk instruksi formal seperti informasi yang kita terima dalam pendidikan formal seperti mendengarkan teori, dan menghitung deret ukur.

Komunikasi manusia secara luas berfungsi untuk melayani. Apa saja yang kita dapat dari mata kuliah, buku teks dan panduan panduan, komputer, seminar atau magang baik formal ataupun formal mendorong kita untuk mengetahui lebih banyak tentang apa yang instruksional. Yang membedakannya adalah kita harus dapat mempertimbangkan sumber instruksi sama juga seperti kita mempertimbangkan sumber informasi apakah sumber itu ahli atau tidak ahli? Secara unum, yang dimaksudkan dengan fungsi instruksi adalah juga fungsi informasi namun isi material informasi yang disebut instruksi itu terutama "mewajibkan" kita "menguasai" materi yang diinstruksikan itu.

**Masalah Instruksi**

Karena instruksi mempresentasikan data atau fakta dalam konteks tertentu, maka ada kemungkinan terjadinya bias. Jika mahasiswa dalam suatu kelas yang belajar *folklore* ditugaskan untuk mengecat kulit, maka dia telah menerima instruksi dan sekaligus memberikan kepada teman-temannya untuk membuat "tato" tersebut.

Ada dua masalah yang berkaitan dengan fungsi komunikasi Instruksi. Fakta menunjukkan tidak semua orang belajar atas cara yang sama dan tidak semua orang mempunyai motivasi yang sama untuk mempelajari sesuatu. ***Pertama***, beberapa orang mungkin lebih suka mempelajari materi instruksi yang dipresentasikan secara visual, sebaliknya; ***kedua***, kelompok lain lebih suka belajar ketikas materi instruksi ini diformat dalam ceramah dengan vokal yang keras. Kesimpulannya kita adalah perbedaan gaya belajar ideal memungkinkan seseorang menerima suatu instruksi apakah cukup mendengarkan saja dari metode ceramah atau harus divisualisasikan.

Beberapa instruksi medis kini mengikuti pertama yakni instruksi dengan bantuan vi-sualisasi. Acap kali mahasiswa kedokteran terlatih dengan cara ini. Mereka mendengar lalu membaca prosedur, menonton prosedur yang ditampilkan, dan itu lebih praktis bagi model pembelajaran mereka. Teknologi interaktif baru dan simulasi dapat juga membantu kita mengatasi masalah gaya belajar karena dengan cara baru maka perbedaan gaya belajar ini dapat memungkinkan materi ajar tersebut diinstruksikan melalui media baru tersebut.

**Fungsi Persuasi**

Tidak ada seorang pun mengelak bahwa para pemirsa televisi secara tidak sadar merasa dipengaruhi oleh fungsi komunikasi persuasi. Persuasi menjelaskan bahwa ada kategori atau kelas pesan tertentu yang dirancang sedemikian rupa untuk mempengaruhi keyakinan, kepercayaan, perilaku kita. Pengakuan kita terhadap fungsi persuasif komunikasi terjadi ketika kita merasa pesan itu mempunyai nilai dan motif tertentu. Ahli retorika Yunani Aristoteles (384-322 b.c.), menulis tiga tipe daya tarik tampilan yang dia sebut *etos, patos*, dan *logos* sebagaimana telah diuraikan.

Kerap kali persuasi dianggap sebagai tampilan menarik dari *patos* (keterampilan berkomunikasi) dan *etos* (kepribadian sumber) dari pada *logos* (penguasaan kognitif dari materi informasi). Ketika persuasi itu dirancang untuk mempengaruhi tindakan manusia dengan memanipulasi cara bicara, tulisan, atau gambar maka isi informasi tersebut makin dekat dengan propaganda. Meskipun kita berpikir bahwa kadang-kadang propaganda merupakan sesuatu yang biasa dilakukan oleh pemerintah terutama di saat perang, ternyata tidak sepenuhnya benar. Harold Lasswell, sebagai perintis teori-teori propaganda pernah mengemukakan bahwa ternyata iklan juga termasuk dalam kategori propaganda karena dalam kenyataan, teknik persuasi dan propaganda memiliki kesamaan.

Fungsi komunikasi persuasif sangat berperan dalam relasi antarpersonal. Kebanyakan di antara kita mungkin kurang menyadari betapa sering kita mempersuasi kawan-kawan ketika mereka meminjam uang atau mencari pekerjaan. Kita juga terpengaruh dan merespons pelbagai peristiwa tersebut secara *idiosyncratic* terhadap pengirim atau kepada materi pesan persuasif meskipun tidak selalu memperhatikan pengirim atau material pesan ini sendiri, karena kita cenderung menganggap belum tentu semua pesan mempersuasi orang lain.

Jika Anda tidak suka Bill Cosby, maka Anda akan menjadi kebal dengan pesan persuasif dari dia, kadang-kadang kita bisa menjadi tidak sadar ketika kita dipersuasi oleh peristiwa komunikasi kita berpikir bahwa kita menerima apa yang diinformasikan tanpa sadar, ternyata informasi itulah yang justru sangat dibutuhkan sebagai pengubah sikap kita. Pada QUBE, suatu percobaan layanan video eksperimental video di Columbus, Ohio, telah memprogramkan apa yang disebut "*infomercials"*. Komunilkasi seperti ini dirancang untuk menjangkau segmen yang menyukai informasi tentang produk baru. Ternyata tak disadari pesan-pesan tersebut telah mempersuasi orang dengan produk atau layanan sebagaimana yang digambarkan. Frekuensi menonton film dan membaca buku juga mempunyai fungsi yang sama dalam proses persuasif itu.

**Masalah Persuasi**

Kita sudah melihat bahwa ada potensi pengubah yang dibawa oleh persuasi, juga betapa bias itu terjadi secara implisit atau langsung ketika ada informasi dan instruksi yang diterima. Tujuan utama persuasi yaitu membuat kita mengubah perilaku dan sikap kita terhadap sesuatu. Ingat, bahwa persuasi membuat kita bertindak, persuasi acap kali masuk ke dalam kepercayaan personal kita. Untuk menghindari emosi kita yang termanipulasi, maka penerima pesan persuasif kerap berusaha untuk meningkatkan agar pesan ini tidak diaplikasikan.

Ketika kita pergi ke sebuah toko serba ada, maka kita dapat "menyerahkan diri" kita sendiri untuk mengalami dan menikmati barang sederhana itu. Jika kita melakukan hal-hal yang sama dari pesan-pesan yang mempersuasi kita, maka kita menemukan diri kita yang sebenarnya disaat ketika kita dipengaruhi untuk membeli produk-produk yang sebenarnya tidak atau belum dibutuhkan, atau mungkin kita akan memilih seorang calon presiden yang tidak dapat mewakili nilai yang kita anut. Dalam kasus-kasus demikian sebenarnya hampir semua komunikasi mengandung unsur persuasif termasuk informasi sekalipun. Ketika kita menonton berita sore, maka kita kerap tidak peduli terhadap pembaca berita dan lebih mendengarkan berita itu sendiri.

Dalam banyak kasus, kita lebih suka menonton dan mengetahui suatu berita tanpa menggali latar belakangnya. Kita menonton dan terpengaruh oleh "permukaan berita" namun kita tidak *that’s fit to print* seperti yang dilakukan oleh *New York Times* yang mengklaim bahwa semua berita sesuai dengan keinginan audiens (agenda setting). Dengan kata lain, berita yang terpilih merupakan cerita yang kita dengar dan itulah yang bercerita tentang esensi penting yang harus kita ketahui. Inilah yang memicu kontroversi diantara para peneliti komunikasi tentang apakah media benar-benar membuat kita menginginkan sesuatu, akan tetapi secara umum ada kesepakatab bahwa sekurang-kurangnya media telah mempengaruhi cara kita berpikir dan bertindak.

**Fungsi Hiburan**

Dalam kehidupan manuia ternyata ada peristiwa komunikasi yang berfungsi memberikan kepada kita kesenangan yang di sebut sebagai hiburan/*entertainment*. Kebanyakan orang mulai merasa ada kebutuhan terhadap bisnis hiburan misalnya radio, televisi, dan film. Sebagian besar pelaku bisnis hiburan merasa ada keuntungan yang dapat diperoleh dari bisnis seperti ini, dari sini pula kita mengetahui bahwa bisnis seperti ini sangat menguntungkan karena semakin banyak orang membutuhkan hiburan. Setiap kali kita membeli karcis masuk di arena kebun binatang, di gedung pertunjukan teater atau gedung film, di opera orkestra, maka kita membayar orang-orang yang akan mempengaruhi kita dengan fungsi hiburan tadi.

**Masalah Hiburan**

Masalah utama dari hiburan terletak pada fakta bahwa bisnis hiburan berperan sangat besar dalam ekonomi banyak di kebanyakan negara. Hiburan dan kesenangan merupakan bisnis besar dan bisnis ini diperoleh karena orang memperdagangkan *profit motives*, artinya orang memperhitungkan motif massa untuk menikmatinya. Beberapa kritik terhadap media khususnya televisi ditujukan pada sifat komersialnya padahal isi pesan dari produk yang dibisniskan melalui iklan kadang-kadang miskin kualitas. Keputusan televisi dibayangkan seperti *great wasteland* karena menjadikan banyak orang menjadi objek seks, kekerasan, dan alkohol, hal ini tentu saja berkaitan dengan perilaku budaya. Media mendorong mental untuk para penikmat hiburan untuk menjadi konsumerisme. Kritik terhadap media selalu berkisar pada peran media menghasilkan hiburan yang disfungsional.

Masih berkaitan dengan masalah fungsi komunikasi-hiburan sebagai fungsi yang bertumbuh sebagai fakta yang secara pasif telah dirangkul audiens. Kriltik itu misalnya, mengatakan bahwa media dengan hiburannya telah membuat *narcotizing* atau membius audiensi karena dampaknya yang terlihat dan terasa bagi penikmat hiburan tersebut. Karena itu ketika kita menonton sepak bola,maka kita seolah-olah sedang berada di salah satu stadion di Italia, ketika kita mendengar rekaman musik maka kita menikmati musik ini, padahal kita yang sedang menikmati musik ini telah menginvestasikan uang, waktu, dan tenaga untuk menikmati hiburan ini.

Berhubungan dengan efek pembiusan tersebut, maka ada kritik bahwa hiburan yang dimediasi oleh media telah mengakibatkan orang terisolasi. Karena apa? Kita meninggalkan orang lain dan mengikuti substitusi dengan bermain Nintendo untuk berinteraksi dengan kawan, atau bahkan menghasbiskan waktu berjam-jam lamanya menonton televisi dengan mengorbankan relasi dan keluarga. Penelitian menunjukkan bahwa kadang-kadang kita menggunakan televisi sebagai pengawal bayi dan mendorong anak-anak menonton televisi karena ada acara yang begitu penting supaya kita mengalihkan diri ke pekerjaan lain. Ada anekdot perintah Tonton kartunmu, dan biarkan ayah dan ibu tidur (*Go watch cartoons and let mommy and daddy sleep*) Kita membuat diri kitassenang, namun membiarkan anak-anak berinteraksi di antara mereka tanpa pengawalan ketika harus menonton kartun keras. Studi terakhir menunjukkan banyaknya waktu untuk menonton televisi menjadi satu persoalan baru.

**Fungsi Sosial Komunikasi**

Ketika kita mulai mempelajari beberapa isu sebagai "narkotisasi" atau "sosialisasi" efek media, muka kita mulai berdiskusi tentang fungsi sosial komunikasi. Sosiolog Charles Wright dan beberapa rekannya telah menulis fungsi sosial komunikasi dalam masyarakat. Penelitian mereka lebih melihat hakikat komunikasi massa daripada komunikasi antarpersonal sebab mereka ter-tarik pada mayarakat yang begitu besar merespons pesan-pesan yang dikirimkan secara bertubi-tubi dari media massa. Media massa seperti radio, televisi, surat kabar, dan majalah telah mempengaruhi kita semua. Media massa menceritakan kepada kita siapa yang memenangkan pemilihan Presiden, siapa yang menjadi pemenang sepak bola liga Italia dan lain-lain, apa kritik yang dikemukakan tentang film terakhir dan apa yang akan terjadi.

Para ahli media massa begitu peduli pada bagaimana pesan membawa dampak bagi masyarakat. Mereka tercengang tentang akibat pesan media massa. Jika kita menemukan sebagian proporsi pesan televisi yang mempertontonkan kekerasan dengan senjata, maka kita dapat menduga apa akibat pesan ini? Audiens akan berkesan bahwa orang Amerika selalu menyelesaikan semu masalah dengan angkat senjata, dan orang Amerika harus selalu menang. Kalau ini benar, maka kita akan bertanya lagi mengapa orang memakai senjata dan mengapa orang selalu ditakdirkan selalu menang? Dan mengapa televisi membiarkan orang menonton atau mengapa sistem sosial Amerika membiarkan hal itu terjadi? Pertanyaan lanjutan menjadi "apakah pesan itu fungsional" atau bagaimana pengaruh pesan itu bagi stabilitas Amerika melalui pertanyaan "apakah pesan disfungsional". Dampak dari pesan media massa terhadap perilaku umum ternyata sangat penting kontroversinya dan isu seperti ini sukar dijelaskan atau dipisahkan karena hal ini sangat tergantung dari isi media.

Secara tradisional, National Rifle Association (NRA) telah berusaha mencegah produksi televisi dari pertunjukan yang menampilkan tindakan eksplisit dari senjata seperti itu. Pihak NRA merasa apa yang dilakukan orang Amerika itu benar, lalu kelompok mencari contoh senjata yang ditayangkan televis itu, inilah dampak pesan kekerasan televisi disfungsional.

Bagaimana jawaban terhadap masalah tersebut, analisis fungsional mengajak kita untuk melihat akibat sosial dari pesan yang sama seperti isi pesan itu sendiri. Wright mengemukakan ada empat fungsi sosial dari komunikasi dalam masyarakat; (1) *surveillance* (menginformasikan tentang bagaimana seharus kita mengwasi lingkungan), (2) *correlation* (menghubungkan apa yang diterima dari media dengan situasi lingkungan), (3) sosialisasi (mewariskan nilai dan norma bagi masyarakat, dan (4) hiburan, sejauh mana media membangkitkan emosi kita yang diekpresikan dalam gelak tawa, ratap tangis, menikmati musik klasik dengan perasaan mendalam keras dengan meloncat-loncat.