KOMUNIKASI SATU ARAH DAN DUA ARAH

Hamdan, M.Ag

Institut Agama Islam Negeri Langsa

Abstrak

Pada dasarnya, manusia adalah makhluk yang bergantung. Sehingga, tidak bisa hidup secara mandiri dan pasti membutuhkan orang lain untuk mengatasi kendala yang ada dalam kehidupannya, sehingga manusia biasa disebut sebagai makhluk sosial. Dalam menjalani kehidupan sosial tersebut, seseorang memerlukan sebuah fasilitas serta cara untuk membantunya mempermudah dirinya untuk masuk pada ranah sosial tersebut. Interaksi merupakan ungkapan yang kemudian dapat menggambarkan cara untuk mempermudah terjadinya sebuah hubungan antara seseorang dengan orang lain, yang kemudian diaktualisasikan melalui praktek komunikasi.

Oleh karena itu, seringkali istilah komunikasi digantikan dengan komunikasi sosial, komunikasi juga ditujukan untuk menyatukan komponen-komponen sosial yang bervariasi dan mempunyai perilaku yang berbeda. Komunikasi adalah proses di mana pesan-pesan ditransfer dari sumber kepada penerima, baik secara langsung maupun melalui media. Memahami komunikasi berarti memahami apa yang terjadi selama komunikasi berlangsung, mengapa itu terjadi, manfaat apa yang dirasakan, akibat-akibat apa yang ditimbulkan, apa tujuan dari aktivitas komunikasi, sesuai dengan apa yang diinginkan, memahami hal-hal yang dapat mempengaruhi dan memaksimalkan hasil-hasil dari kejadian tersebut.

Kata Kunci: *Komunikasi*

A. *One Step Flow* (Komunikasi Satu Tahap)

Komunikasi satu tahap *adalah* pesan disampaikan oleh sumber kepada sasaran dan sasaran tidak dapat atau tidak mempunyai kesempatan untuk memberikan umpan balik atau bertanya. Komunikasi satu tahap bisa dikatakan sebagai komunikasi yang tidak memberi kesempatan kepada pendengar untuk memberikan tanggapan atau sanggahan. Komunikasi satu arah banyak kita temui dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi satu arah condong lebih banyak di pakai dalam dunia militer dikarenakan dalam dunia militer menggunakan sistem komando, dimana perintah dari atasan harus dilaksanakan oleh bawahan tanpa ada pertanyaan atau timbal balik. Dalam komunikasi satu arah banyak terdapat kekurangan, ini dikarenakan tidak adanya umpan balik yang dilakukan setelah pemberian informasi tersebut, dimana hal ini bisa mengakibatkan dampak negatif dari penggunaan komunikasi satu arah ini.

Model ini merupakan pengembangan dari model komunikasi jarum hipodermik.

Karena itu, pesan yang disampaikan disalurkan melalui media massa langsung ditujukan

kepada komunikan tanpa melalui perantara. Namun pesan tersebut tidak mencapai semua komunikan dan juga tidak menimbulkan efek yang sama pada setiap komunikan.

Model komunikasi satu tahap ini mengakui bahwa:

- 1) Media tidak mempunyai kekuatan yang hebat
- 2) Aspek pilihan dari penampilan, penerimaan, pemahaman dalam ingatan yang selektif mempengaruhi suatu pesan.
- 3) Untuk setiap komunikan terjadi efek yang berbeda.

Selanjutnya model komunikasi satu tahap memberikan kebebasan seluas-luasnya kepada saluran komunikasi massa untuk memancarkan efek komunikasi secara langsung. Model komunikasi satu tahap (*one step flow model*) menyatakan bahwa informasi mengalir langsung berpengaruh pada audiensnya tanpa membutuhkan perantara atau media massa langsung pada audiens.

1. Komunikasi Sebagai Tindakan Satu Tahap

Komunikasi sebagai tindakan satu tahap adalah suatu perspektif atau pemahaman populer mengenai komunikasi manusia adalah suatu komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang (bisa juga sebuah lembaga) kepada seseorang atau sekelompok orang. Komunikasi dianggap suatu proses linear yang dimulai dengan sumber atau pengirim dan berakhir pada penerima, sasaran atau tujuannya. Michael Burgoon menyebutnya sebagai "*source oriented definition*" atau definisi komunikasi berorientasi sumber.

Perspektif ini menganggap komunikasi sebagai "*intentional act*" atau tindakan yang disengaja. Definisi ini tentu saja mengabaikan komunikasi yang tidak disengaja atau pesan yang tidak direncanakan seperti nada suara, ekspresi wajah atau isyarat lainnya yang sulit dikontrol. Konsep komunikasi sebagai tindakan satu arah menyoroiti penyampaian pesan yang efektif dan mengisyaratkan bahwa semua kegiatan komunikasi bersifat instrumental dan persuasif.

Komunikator dalam hal ini PRO (*Public Relations Officer*) (petugas humas) akan selalu selektif terhadap ragam komunikan yang dihadapinya, antara lain: dengan menggunakan:

1. One Step Flow Communications (komunikasi satu tahap) dimana komunikator dapat mengirim pesan (sesuai dengan tujuan instansinya) langsung kepada komunikan/masyarakat, sehingga akan timbul kemungkinan terjadi proses komunikasi satu arah (tak ada respon dari masyarakat) atau proses komunikasi

dua arah (adanya umpan balik dari masyarakat). Dalam hal ini petugas humas (PRO) harus dapat membedakan pesan-pesan yang disampaikan dengan cara komunikasi satu tahap, karena umumnya PRO langsung bertatap muka sehingga PRO benar-benar dapat menguasai medan. (A.W Widjaja,2008:89)

Berikut ini ada beberapa definisi komunikasi yang mendukung komunikasi sebagai tindakan satu arah:

- 1) Carl I. Hovland, “Komunikasi adalah suatu proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan-rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan).
- 2) Gerald R. Miller, “Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan niat yang di sadari untuk mempengaruhi perilaku penerima”.
- 3) Everett M. Rogers, “Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”.
- 4) Harold Laswell, mendefinisikan komunikasi sebagai *“Who says what in wich channel to whom with what effect”*.

Proses komunikasi satu arah:

Gambar 1.1: Model komunikasi satu arah

Dalam komunikasi satu arah banyak contoh yang dapat kita ambil, diantaranya:

a. Dalam Militer

Dalam dunia militer kita dapat ketahui bahwa militer menganut sistem komando, dimana para prajurit harus menuruti apa yang di inginkan atasannya, dan tanpa adanya sanggahan. Di militer komunikator lebih tepat diberikan kepada atasan, sedangkan komunikan disini adalah bawahan dari atasan tersebut, karena di militer mempunyai dasar loyalitas (kesetiaan/kemauan pada suatu pekerjaan tersebut).

b. Dalam Organisasi Privat

Dalam organisasi privat yaitu perusahaan memiliki komunikasi satu arah, misalnya dalam hal penyampaian pidato dari manajer kepada bawahan. Pemberian tugas dari atasan kepada bawahan atau Atasan sedang memberikan perintah kepada sekretarisnya.

c. Dalam Organisasi Publik

Dalam organisasi publik kita dapat melihat contoh komunikasi satu arah. Contohnya adalah :

- a) Website sebagai media publikasi dari suatu pemerintahan. Dimana komunikasi satu arah terjadi dalam hal pemerintahan di website tersebut hanya memberitakan informasi saja dari pemerintahan kepada masyarakat.
- b) Pidato apel pagi setiap hari senin yang dilakukan oleh pemimpin pemerintahan, dimana pemimpin hanya menyampaikan informasi tanpa adanya sanggahan oleh para pegawai.
- c) Dalam Media Komunikasi
- d) Siaran Radio, disini dimaksudkan kepada radio penyiaran, yaitu sebagai radio komunikasi dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka.
- e) Televisi merupakan media komunikasi satu arah jika menayangkan berita atau informasi siaran yang disertai gambar.
- f) Surat Kabar merupakan media komunikasi satu arah, dimana surat kabar hanya menyampaikan informasi-informasi melalui tulisan-tulisan yang dicetak dalam kertas.
- g) Sebuah baliho iklan produk yang sedang dibaca seseorang di pinggir jalan.

Kelemahan Komunikasi Satu Tahap

- 1. Tidak ada *Feedback* antara komunikan dan komunikator
- 2. Tidak ada timbal balik dari komunikan

3. Komunikasi tidak efektif disebabkan tidak ada *Feedback* dari komunikan ke komunikator, sehingga terjadi komunikasi yang tidak efektif.
4. Komunikan hanya sebagai informan saja bagi komunikator
5. Media komunikasi terbatas.
6. Dapat menimbulkan kesalah pahaman dan ketidak jelasan, sehingga muncul prasangka yang tidak baik.

Keuntungan Komunikasi Satu Tahap

1. Mengefektifkan penggunaan waktu
2. Dalam dunia militer komunikasi sangat di perlukan terutama dalam keadaan darurat atau dalam peperangan.
3. Lebih cepat dan efisien
4. Dalam hal-hal tertentu dapat memberikan kepuasan kepada komunikator, karena pihak komunikan tidak mempunyai kesempatan untuk memberikan respons atau tanggapan terhadap hal-hal yng disampaikan oleh komunikator,
5. Dapat membawa wibawa komunikator (pimpinan), karena komunikasi tidak dapat mengetahui secara langssng atau menilai kesalahan dan kelemahan komunikator.

Hambatan-hambatan Yang Terjadi Dalam Komunikasi Satu Tahap

- a. Komunikan hanya sebagai informan saja bagi komunikator
- b. Media komunikasi terbatas
- c. Pesan yang di sampaikan kadang tidak jelas bagi penerima pesan

Solusi untuk mengatasi hambatan yang terjadi dalam komunikasi satu arah ialah media komunikasi hendaknya lebih banyak dan bervariasi, serta pesan yang disampaikan dan *gesture*, harus jelas. Pada Saat Yang Bersamaan, Situasi Di Mana Kita Mendengar Gosip Melalui Kabar Angin. Apakah Gosip Bisa Berubah Menjadi Fakta? Bisa atau tidaknya, tentunya semua itu tergantung pada: cara menyikapi informasi yang digosipkan; media komunikasi yang dipakai; kejelasan informasi; keadaan fisik dan psikologis si informan; kebenaran atau kejujuran si komunikator dalam memberikan informasi; serta identitas si komunikator.

B. *Two Steps Flow of Communication* (Model Komunikasi Dua Tahap)

Sebenarnya dalam komunikasi massa dikenal model alir satu tahap (*one step flow model*), tetapi model ini sudah banyak ditinggalkan oleh ilmuwan komunikasi. Masalahnya, model alir satu tahap memiliki banyak kekurangan dan tidak sesuai lagi dengan perkembangan

media massa beserta dampak yang ditimbulkannya saat ini. model alir satu tahap banyak dipengaruhi media massa era perang dunia II yang mengatakan bahwa media massa sangat kuat mempengaruhi benak audiens. Sementara itu audiens sendiri dianggap tidak mempunyai kekuatan untuk menghindar atau pasif dari pesan-pesan media massa.

Teori ini berasal dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Paul Lazarsfeld mengenai efek media massa dalam kampanye pemilihan presiden di Amerika Serikat tahun 1940. Studi tersebut dilakukan dengan asumsi bahwa proses stimulus-respons bekerja dalam menghasilkan efek media massa. Namun hasil penelitian menunjukkan sebaliknya; efek media massa ternyata rendah, dan asumsi stimulus-respons tidak cukup menggambarkan realitas audien media massa dalam menyebarkan arus informasi dan pembentukan pendapat umum.

Lazarsfeld kemudian mengajukan gagasan mengenai “komunikasi dua arah”, yakni pengaruh media massa tidak secara langsung mengenai individu, tetapi terlebih dahulu sampai ke pemuka pendapat (*opinion leader*) sebagaimana telah dijelaskan pada bagian “perkembangan komunikasi” (Muhammad Mufid,2007:23)

Menurut Sendjaja, teori komunikasi dua tahap dan konsep pembuka pendapat memiliki asumsi-asumsi sebagai berikut:

- a) Individu tidak terisolasi dari kehidupan sosial, tetapi merupakan anggota dari kelompok-kelompok sosial dalam berinteraksi dengan orang lain;
- b) Respons dan reaksi terhadap pesan dari media tidak terjadi secara langsung dan segera, tetapi melalui perantara dan dipengaruhi oleh hubungan-hubungan sosial tersebut;
- c) Ada dua proses yang berlangsung, yang pertama mengenai penerimaan dan perhatian dan yang kedua berkaitan dengan respons dalam bentuk persetujuan atau penolakan terhadap upaya mempengaruhi atau penyampaian informasi.
- d) Individu tidak bersikap sama terhadap pesan media, melainkan memiliki berbagai pesan yang berbeda dalam proses komunikasi, dan khususnya dapat dibagi diantara mereka yang secara aktif menerima dan menyebarkan gagasan dari media, dan mereka yang semata-mata hanya mengandalkan hubungan personal dengan orang lain sebagai panutannya.
- e) Individu-individu yang berperan lebih aktif (pemuka pendapat) ditandai oleh penggunaan media massa yang lebih besar, tingkat pergaulan yang lebih tinggi,

anggapan bahwa dirinya berpengaruh terhadap masing-masing lain, dan memiliki pesan sebagai sumber informasi dan panutan. (Burhan Bungin, 2008, 278-279)

Dengan melihat perkembangan media massa beserta pihak-pihak yang terlibat didalamnya, muncullah alir dua tahap (*two steps flow model*) sebagai penyempurnaan model alir satu tahap. Ada dua contoh yang bisa menggambarkan model ini, yaitu sebagai berikut:

Model lain dari alir dua tahap juga bisa dilihat pada gambar dibawah ini:

Model ini pertama kali diperkenalkan oleh Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, dan H. Gaudet dalam *People's Choice*. Dalam penelitian mereka ditemukan bahwa pesan media massa sangat kecil dalam mempengaruhi calon presiden yang dipilih oleh masyarakat. Mereka lebih banyak dipengaruhi oleh para pemimpin opini (*opinion leader*). Jadi, media massa membawa pengaruh pada pemimpin opini, sedangkan pemimpin opini mempengaruhi pendapat pengikutnya yang bersifat antarpribadi.

Dalam model ini diterangkan bahwa media massa tidak langsung atau mempengaruhi *audience*, tetapi melalui perantaraan pihak lain. Pihak lain yang dimaksud adalah pemimpin opini atau pemuka pendapat tersebut. Model ini didasari oleh bukti bahwa efek media massa terbatas, bahwa masyarakat menerima terpaan media massa secara tidak langsung

yakni melalui perantara. Pengaruh yang mengenai *audience* tidak disebabkan oleh terpaan media massa, tetapi pihak lain. Jadi, pemimpin opini disini berfungsi sebagai penerusan pesan-pesan media massa. Bahkan, pesan-pesan yang diterima *audience* sudah diinterpretasikan oleh para pemimpin opini tersebut.

Kelebihan Model Alir Dua Tahap

- 1) Model ini banyak membantu kita dalam memusatkan perhatian atas adanya hubungan yang komplementer atau saling melengkapi antara komunikasi massa dan komunikasi antar pribadi.
- 2) Adanya peranan aktif dari pemuka pendapat (*opinion leaders*) dan cara-cara berkomunikasi tatap muka yang dipandang mempunyai peranan penting dalam setiap situasi komunikasi, khususnya bagi masyarakat di negara berkembang.
- 3) Model ini secara umum memberikan kerangka kerja yang secara konseptual dapat dipakai guna meneliti gejala komunikasi yang bersifat kompleks.
- 4) Model komunikasi dua tahap ini memperlihatkan dua hal yang menonjol, yaitu :
 - a. Diberikannya perhatian khusus pada peranan pemuka pendapat sebagai sumber informasi.
 - b. Beberapa penyempurnaan dari model komunikasi dua tahap sebagaimana dikenal dalam model komunikasi satu tahap dan model komunikasi banyak tahap.

Kekurangan Model Alir Dua Tahap

1. Model tersebut menyatakan bahwa individu yang aktif dalam mencari informasi hanyalah pemuka pendapat, sedangkan anggota masyarakat pada umumnya bersifat pasif. Kegiatan pemuka pendapat dianggap sebagai usaha untuk memperoleh kesempatan berperan sebagai pemrakarsa komunikasi. Kenyataan memperlihatkan bahwa ada model komunikasi yang menunjukkan bahwa pemuka pendapat ada yang pasif dalam mencari informasi.
2. Pandangan bahwa dalam proses komunikasi massa pada hakikatnya terjadi dua tahap, ternyata membatasi proses analisisnya, sebab proses komunikasi dapat terjadi dalam dua tahap atau lebih. Dalam kasus tertentu, dapat saja terjadi proses komunikasi satu tahap, misalnya media massa langsung mempengaruhi khalayak. Dalam kasus lain, media massa menimbulkan proses komunikasi banyak tahap.
3. Model komunikasi dua tahap menunjukkan betapa tergantungnya pemuka pendapat akan informasi yang disebarkan media massa. Tetapi sekarang ini ada indikasi yang

membuktikan bahwa pemuka pendapat memperoleh informasi melalui saluran-saluran yang bukan media massa.

4. Penelitian tahun 1940 tersebut, yang menghasilkan model komunikasi dua tahap, mengabaikan perilaku khalayak berdasarkan "waktu" pengenalan ide baru. Penelitian tentang difusi dan inovasi menunjukkan bahwa mereka yang mengenal lebih dahulu suatu ide baru ternyata lebih banyak memanfaatkan media massa dibandingkan dengan mereka yang mengenal ide baru tersebut kemudian. Dengan demikian, para pemuka pendapat pada umumnya adalah pengenal awal ide baru, sedangkan ketergantungan mereka pada media massa lebih banyak ditentukan oleh kedudukan mereka sebagai pengenal awal dari pada sebagai pemimpin masyarakat.
5. Berbagai saluran komunikasi berperan dalam berbagai tahap penerimaan inovasi dan proses pengambilan keputusan. Model komunikasi dua tahap tidak menunjukkan adanya perbedaan peranan dari berbagai saluran komunikasi dalam hubungannya dengan tahap-tahap inovasi. Studi tentang difusi inovasi menunjukkan beberapa tahap sebagai berikut:
 - a. Tahap penyadaran
 - b. Tahap pembujukan
 - c. Tahap keputusan
 - d. Tahap pemantapan
6. Pemisahan khalayak atas pemuka pendapat dan masyarakat pengikut diberikan oleh model komunikasi dua tahap. Padahal dalam kenyataan, tidak selamanya mereka yang disebut followers adalah menjadi pengikut dari pemuka pendapat.

Model ini sebenarnya lebih cocok dilingkungan pedesaan dengan tingkat pendidikan yang belum begitu baik. Dalam lingkungan seperti itu, seseorang yang mempunyai kedudukan, pendidikan dan wibawa tinggi akan menjadi pemimpin opini. Bahkan pemimpin opini lebih dipercaya daripada pesan-pesan media massa. Hal itu tidak berarti bahwa peran media massa tidak ada, hanya akses langsungnya ke media massa diambil alih oleh para pemimpin opini tersebut. Kemudian, pemimpin opini meneruskannya pada para pengikutnya (*followers*). Model ini tidak begitu berlaku untuk menggambarkan proses komunikasi diperkotaan. Alasannya, masyarakat kota lebih percaya pada media massa dan bukan pada pemimpin opini. Bahkan berbicara pemimpin opini seperti yang dimaksud dalam kehidupan di desa sangat sulit ditemukan di perkotaan. (Nurdin, 2009:141-143)

C. Penutup

One step flow merupakan pengembangan dari model komunikasi jarum hipodermik. Karena itu, pesan yang disampaikan disalurkan melalui media massa langsung ditujukan kepada komunikan tanpa melalui perantara. Namun pesan tersebut tidak mencapai semua komunikan dan juga tidak menimbulkan efek yang sama pada setiap komunikan. Model komunikasi satu tahap memberikan kebebasan seluas-luasnya kepada saluran komunikasi massa untuk memancarkan efek komunikasi secara langsung.

Sedangkan dalam *two steps flow*, media massa tidak bekerja dalam suatu situasi sosial yang pasif, tetapi memiliki suatu akses kedalam jaringan hubungan sosial yang sangat kompleks, dan bersaing dengan sumber-sumber gagasan, pengetahuan, dan kekuasaan yang lainnya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Bungin Burhan, *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Mufid Muhammad, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, Jakarta: Kencana, 2007.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009.
- Widjaja A.W, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.