

Landasan Ilmiah Komunikasi: Sebuah Pengantar

Santoso S. Hamijoyo

Ilmu komunikasi merupakan ilmu terapan. Artinya ia menerapkan asas-asas ilmiah, teori, generalisasi, dan penemuan ilmiah dari empat ilmu sosial dasar yang telah melandasiinya.

Tidak bisa dibayangkan seorang ilmuwan atau pakar komunikasi yang bergerak pada dataran praktis sekalipun, jika ia tidak memahami atau menguasai prinsip-prinsip ilmu sosial dasar, karena yang menjadi inti perhatian sehari-hari adalah perilaku manusia dan perubahan sosial. Tidak berarti bahwa sebagai ilmu terapan ia lantas menjadi pasif. Ia justru harus aktif berkreasi, berinovasi, dan berimajinasi, melalui penelitian, pengembangan, dan penyebaran dalam situasi riil.

Dalam hal ini ia akan dibimbing oleh masalah-masalah implementasi praktis maupun masalah-masalah konseptual teoretik.

Aristoteles dalam sebuah karyanya yang terkenal : *Rhetoric*, telah menyebut adanya tiga komponen dalam komunikasi, yaitu komunikator, pesan, dan penerima. Sejak saat itu, komunikasi sebagai proses, sebagai kiat dan sebagai profesi, telah tumbuh pesat dan beragam dalam alam dan zaman yang terus berubah dengan cepat.

Komunikator, sebagai sumber pesan atau informasi, kini menjadi sangat beragam, mulai dari sang orator yang bersendirinya sampai pemilik atau pengusaha media massa. Dari penguasa pemerintah pada semua tingkatan sampai pengurus lembaga swadaya masyarakat. Dari pedagang eceran keliling sampai saudagar multinasional. Dari ilmuwan sampai agamawan dan perwira militer dan lain sebagainya, yang kalau didaftar tidak akan ada habisnya.

Penerima komunikasi atau khalayak (*audience*) tidak lagi bersifat masyarakat umum tanpa batas dan bentuk. Melalui segmentasi yang makin khusus atau tajam, berbagai pesan komunikasi diarahkan kepada khalayak-khalayak khusus yang makin beragam, meliputi berbagai kategori sosial, bermacam-macam kelompok mata pencaharian dan profesi serta golongan politik, sosial dan ekonomi. Demikian pula isi pesan komunikasi menjadi makin beraneka ragam dan terus berubah seiring dengan

bermacam ragamnya sasaran yang juga terus berubah dalam persepsi, sikap, dan aspirasinya serta afiliasi sosialnya.

Di atas itu semua, pengaturan pelebagaan (*institutional arrangement*) komunikasi, juga berubah dan terus berganti bentuk. Misalnya, sekarang ini semua kementerian mempunyai lembaga humas (hubungan masyarakat). Demikian pula badan-badan swasta yang bergerak di bidang ekonomi, perdagangan, politik, pendidikan, agama, dan sebagainya. Pakar-pakar komunikasi juga semakin menjurus pada spesialisasi yang makin tajam dan cenderung bertekun dalam lahannya sendiri, seperti peneliti dan pengembangan dengan lembaganya, perencana dan perancang dengan serentetan konsultannya, pencipta media dengan *productions house*, para penerbit dan penyiar dengan peralatan dan pengelolaan yang serba canggih untuk menguasai pasaran ideal yang penuh persaingan.

Saluran komunikasi telah tumbuh makin meraksasa dan rumit dengan berkembangnya teknologi yang dihasilkan perangkat keras dan perangkat lunak yang tidak pernah dimimpikan orang 25 atau 50 tahun lalu. Apalagi pada zamannya Aristoteles ketika pesan meluncur dari mulutnya komunikator dan langsung mengenai

khalayak.

Semua pesan sekarang supaya efektif, seperti harus melalui saluran terpilih. Fungsi dari saluran (*channel*) atau media, baik media cetak maupun elektronika, adalah untuk menyebarkan pesan secara cepat, bahkan instant, kepada jenis dan jumlah khalayak yang tepat dan sebanyak-banyaknya. Saluran juga berfungsi dan mampu untuk membantu mengkomunikasikan hal-hal yang terlalu besar atau terlalu kecil; terlalu jauh atau terlalu dekat; terlalu cepat atau lambat; dan terlalu kompleks atau terlalu bahaya. Bahkan, untuk memperagakan peristiwa yang sudah terlalu lama terpendam zaman, atau yang belum terjadi sekalipun, semuanya itu sangat sulit dan tidak mungkin dijangkau atau ditangkap oleh indera atau pikiran kita, kecuali dengan memanfaatkan saluran atau media komunikasi yang makin canggih.

Teknologi komunikasi elektronik dewasa ini memungkinkan kita untuk menciptakan media komunikasi apapun yang kita idamkan, asalkan kuat dan mau bayar harganya! Terutama komunikasi massa telah lama dipercaya sebagai memiliki kekuatan, atau pengaruh ampuh, bagaikan "peluru" atau "jarum suntik".

Tetapi, dengan perkembangan yang luar biasa itu pun, hasil mutlak dari komunikasi ternyata masih diragukan. Komunikator yang canggih dan berbimbing dengan pesan-pesan yang bermutu dan serasi, melalui cara dan saluran atau media yang diperkirakan terpilih secara pas dan ampuh, ternyata menghasilkan pengaruh, atau efek yang berlainan pada penerima atau khalayak yang berbeda. Para peneliti dan pakar komunikasi kemudian mulai menekuni kompleksitas dari khalayak dan efek.

"Perang" antar dunia (*war of the words*) karya H.G. Welles yang didramatisirkan melalui radio secara sangat realistis oleh Orson Welles, pada tahun 1937, yang sudah sering dikutip, ternyata telah menimbulkan kekacauan dengan larinya ribuan orang dari rumahnya masing-masing karena takut akan serbuan mahluk dari planet Mars. Kejadian ini telah memperkuat anggapan banyak pihak bahwa media komunikasi massa seolah hebat sekali pengaruhnya secara langsung dapat

mengayun pendapat umum dan merubah perilaku manusia.

Kemudian diketahui bahwa efek komunikasi tidak semata-mata merupakan responsi langsung dan mandiri dari penerima atau khalayak, melainkan melalui langkah-langkah yang rada rumit dan panjang, dengan keterlibatan orang lain yang dipercaya dan diasumsikan mempengaruhi keputusan penerima komunikasi. Maka timbullah model komunikasi dua langkah (*Two-step-Flow*) bahkan komunikasi langkah ganda (*Multi-step-Flow*). Model ini merupakan salah satu titik awal kritik-kritik para ahli komunikasi terhadap keberhasilan komunikasi massa yang keampuhannya mempengaruhi khalayak digambarkan bagaikan "peluru" atau "jarum suntik".

Anggapan-anggapan dasar lama tentang kemampuan media komunikasi massa, makin digoyahkan oleh sebuah penelitian pada tahun 1940 tentang perilaku pemilih dalam pemilihan umum di Erie Country, Ohio. Menurut hasil penelitian itu, ternyata media massa (dalam hal ini pers) paling-paling hanya memperkuat kecenderungan perilaku yang sebelumnya memang sudah dimiliki oleh para pemilih yang bersangkutan. Dan berbagai riset yang menyusul kemudian, telah memperkuat studi tahun 1940 tersebut.

Dalam penelitiannya yang terkenal dan telah dilaksanakan selama kira-kira 20 tahun, dengan laporannya berbentuk buku berjudul *The Effects of Mass Communication*, pakar Joseph Klapper (1960) menegaskan bahwa komunikasi massa tidak mutlak berkemampuan menjadi penyebab dari efek khalayak, tetapi hanya menjalankan perannya di antara dan melalui faktor-faktor penyela (*intervening factors*) yang sangat banyak dan kompleks. Pandangan Klapper ini boleh dikatakan mewakili banyak --meskipun tidak semua-- pakar ilmu komunikasi pada zamannya.

Penelitian-penelitian mutakhir yang banyak menyusul, umumnya juga menolak anggapan yang berlebihan mengenai kemampuan komunikasi massa dalam mempengaruhi dan membentuk pendapat, sikap, dan perilaku. Studi oleh Robinson dan Davis (1990), misalnya, tentang *Television*

News and the Informed Public: an Informations-Processing Approach, yang menggunakan sampel dengan liputan nasional, hasilnya menunjukkan bahwa televisi merupakan cara yang relatif kurang efektif untuk menyuguhkan informasi warta berita. Demikian pula laporan penelitian oleh Merion Just, dkk. (1990) yang berjudul *Thirty Seconds or Thirty Minutes: What Viewers Learn from Spot Advertisements and Candidate Debates*, telah melorokan hasil yang cukup menarik. Antara lain dilaporkan bahwa khalayak sesungguhnya sudah cukup mapan tentang apa yang ia mau. Kalau perlu, mereka tidak mau menonton debat para calon pemilu! Informasi yang mereka peroleh demikian kecilnya sehingga tidak dapat mempengaruhi perilaku memilih mereka.

Jadi, berbagai penelitian selama ini belum dapat memberikan penegasan secara konsisten mengenai pengaruh langsung dari media komunikasi massa terhadap perubahan sikap apalagi perilaku. Namun, harus diakui adanya pengaruh kognitif (*cognitive effect*) dari komunikasi massa. Sejumlah penelitian yang berkaitan dengan pemilihan presiden di Amerika Serikat, membuktikan bahwa paling sedikit bagi mereka yang belum menentukan sikap siapa yang akan dipilihnya, ada pengaruh dari *agenda setting*. Demikian pula studi di Elmira Country, Ohio, *agenda setting* diduga ikut memberikan pengaruhnya, meskipun terbatas terhadap mereka yang belum menentukan sikap pilihannya, dan itupun jumlahnya tidak lebih dari 20%.

Asumsi yang mendasari *agenda setting* ialah bahwa khalayak media komunikasi masa yang besar jumlahnya, menangkap pertanda-pertanda media (*mediacues*), seperti penggarapan isi pesan, liputan dan penempatan atau kedudukannya dalam rangkaian acara dan cerita; kemudian khalayak itu sendiri yang menilai betapa pentingnya isi pesan komunikasi. Premis *agenda setting* menganggap bahwa ada hubungan atau kaitan langsung antara terpaan media komunikasi dengan perhatian penuh khalayak terhadap agenda komunikasi, yang sebagian besar terdiri atas masalah dan persoalan yang disuguhkan oleh media. Dengan demikian, pola opini dan sikap khalayak diasumsikan terkait

langsung dengan pengaruh *agenda setting*.

Jadi, pada hakikatnya asumsi tersebut tidak jauh beranjak dari asumsi lama yang mendasari "teori" peluru maupun "teori" jarum suntik. Bahkan, lebih mundur dibanding dengan teori *dua-langkah* atau *langkah-ganda*, yang membawa premis, bahwa umpan balik (*feedback*) dari khalayak, berupa sikap, opini, atau perilaku, digambarkan sebagai satu proses yang kompleks dengan keterlibatan banyak faktor, terutama kelompok dan lembaga di luar khalayak penerima terpaan media komunikasi itu sendiri.

Berbeda keadaannya dengan masyarakat industri modern, pengaruh komunikasi massa dalam masyarakat negara berkembang, memerlukan serangkaian atau sistem dukungan sosial (*social support system*) dari kelompok dan lembaga lain yang ada dalam masyarakat. Kelompok atau lembaga inilah yang perlu digalang bersama, supaya menjadi jaringan komunikasi sosial yang efektif demi perubahan sikap dan perilaku.

Perubahan sikap dan perilaku memang tidak mudah dan memakan waktu lama, karena prosesnya kompleks dan menyangkut komponen kognitif, komponen perasaan (*emotive*) dan komponen kecenderungan perilaku (*action tendencies*). Apalagi perubahan sikap dan perilaku memerlukan keputusan-keputusan penting dan menentukan (*crucial*) dalam diri pelakunya, sebagai pribadi atau sebagai anggota kelompok dan lembaga, yang merasa harus memakai banyak pertimbangan sebelum melangkah mengambil tindakan, terutama tindakan yang berbeda atau keluar dari jalur kebiasaan, adat, atau tradisi yang belum terbiasa bagi kelompoknya atau mayoritas, atau bahkan yang melawan arus.

Runtuhnya Paradigma Lama

Gagasan awal ala Aristoteles, yaitu (a) komunikator, (b) pesan, dan (c) penerima, telah diperpanjang oleh Lasswell menjadi (a) *who says* (b) *what to* (c) *whom through what* (d) *channels with what* (e) *effects*. Model komunikasi ini sarat dengan asumsi yang intinya adalah: jika

komunikator menentukan gagasan atau pesan, kemudian diarahkan kepada khalayak pilihannya, melalui saluran atau media yang dimilikinya atau dikuasainya, maka akan keluar hasil yang diinginkan. Dari komunikator ke khalayak, hanya ada satu jalan, dengan arus satu arah pula. Inilah paradigma lama yang bertumpu pada konsepsi linier, yang menggambarkan proses komunikasi secara sederhana, seolah berjalan menurut garis lurus, seperti (a) boleh menciptakan (b) untuk diteruskan kepada (c) yang akan meluncur lewat (d) dan akhirnya akan menelorkan (e) sesuai dengan harapan (a) semula.

Pengamatan praktek maupun penelitian ilmiah membuktikan bahwa pandangan atau paradigma lama tentang komunikasi yang sudah bertengger lebih dari setengah abad itu kini sudahlah berlalu.

Secara "kebetulan", konsepsi linier yang mewarnai teori komunikasi selama ini, juga menjiwai pendekatan dasar dalam pembangunan ekonomi yang ditawarkan oleh para negara dan badan penyumbang (donor) dengan para konsultan ahlinya, dan diterima banyak negara berkembang di Afrika, Asia, dan Amerika Latin. Proses linier pembangunan, diprakerjakan dengan penyediaan (a) modal dan, (b) tenaga ahli, kalau perlu dengan menyewa konsultan (c) pembangunan industri, yang akan membuka (d) lapangan kerja. Dan akhirnya akan (e) menaikkan pendapatan per kapita.

Dalam kenyataannya, liku-liku proses pembangunan tidak seluruh dan sesederhana itu. Di bawah negara berkembang, pembangunan hasilnya melesat ke luar sasaran, pengembangan modal gagal, malah hutang menumpuk, tenaga ahli lokal tersisih dan konsultan asing makin marak, industri manufaktur tersendat-sendat, dan peran lokal hanya sebagai perakit atau penjahit. Kesempatan kerja tetap terbatas, sebagian disebabkan oleh lambannya pertumbuhan ekonomi dan pesatnya penambahan penduduk. Tetapi, sebagian lagi karena modal asing umumnya lebih mementingkan padat modal. Maka, pendapatan perkapita pun tidak mengalami laju yang berarti. Banyak negara berkembang yang tidak kuat membayar bunga, apalagi membayar hutang pokok, dan di atas itu semua, telah terjadi

kerusakan lingkungan dan keterlantaran sosial-kultural dan penduduk usia muda dan produktif.

Di antara negara-negara berkembang, Indonesia masih dibalang agak lumayan, meskipun hutang kita termasuk paling besar di seluruh dunia. Usaha padat karya, sementara masih bisa terkendali atau terkelola. Meskipun masih minim, pengembangan modal nasional mulai dapat dipencar, antara lain, dengan menyuntik koperasi/ KUD dengan modal dari para konglomerat. Ini pun dimungkinkan hanya karena, ketika itu, Presiden Soeharto sendiri yang turun tangan. "Amdal" tetap dicoba dilaksanakan, meskipun kurang mulus. Sejak beberapa waktu lalu, para perancang pembangunan ekonomi mulai berpikir tentang "biaya sosial" (*social cost*), selain "biaya" ekonomi atau keuangan (*economic and financial cost*). Dalam perencanaan pembangunan ekonomi, orang mulai memperhitungkan faktor "non-ekonomi". Sebutan berpasangan untuk faktor manusia (*human factors*).

Model Konvergen dan Sirkular

Karena makin menyadari akan kurang mulusnya hasil komunikasi (dan pembangunan nasional), para pakar komunikasi di Barat maupun di Timur, terutama di negara-negara berkembang mulai mencari paradigma baru yang lebih serasi dengan kenyataan yang ada dalam masyarakat, terutama masyarakat negara-negara berkembang, dan tidak sekadar menerapkan hasil penelitian Barat, terutama Amerika Serikat, pada fenomena negara berkembang. Paradigma baru ini berangkat dari pengalaman yang telah selang lama menunjukkan dengan jelas bahwa apa yang selama ini digolongkan sebagai variabel penela (*intervening variables*) sesungguhnya justru merupakan variabel penentu atau variabel bebas (*determining factors* atau *independent variables*). Yang selama ini kita anggap sebagai variabel penela itu, terutama ialah faktor manusia, termasuk struktur sosial-politik, pandangan dan pengorganisasian kelompok, keyakinan dan nilai sosial-budaya, baik eksplisit maupun implisit. Dengan demikian, diakuilah bahwa komunikasi

tidak lagi berasumsi memainkan peran tunggal atau bebas (*independent*) dalam pembangunan, apalagi dalam perubahan sosial.

Faktor manusia (*human factors*) mulai diakui dengan lahirnya komunikasi arus dua langkah atau langkah ganda, yang kemudian lebih populer dengan istilah komunikasi dua arah (*two-way communication*). Dalam kiat komunikasi, terutama kiat komunikasi pembangunan, yang diutamakan dalam komunikasi dua arah bukan hanya pesan, tetapi juga arusnya yang dua arah itu. Kalau pesan yang dipentingkan, maka yang keluar hanya perintah, pengarahan, atau petunjuk yang sudah jelas, tanpa diskusi atau komunikasi sekalipun. Tetapi, manakala arusnya diutamakan dalam komunikasi dua arah, maka yang terjadi adalah alternatif pendapat, saran, dan cara-cara pemecahan masalah yang tumbuh dari keinginan bersama. Maka, lahirilah model baru, yaitu model *konvergensi komunikasi*. Model ini berlandaskan konsepsi komunikasi sosial sebagai proses dialog dua-arah dalam upaya mencapai saling pengertian dan kesepakatan antara dua individu, atau dua kelompok atau lebih, dan bukan satu orang atau satu kelompok yang berkuasa, atau berwisata, memaksakan kekuasaan atau kewibawaannya kepada yang lain.

Pada dasarnya, model *konvergensi komunikasi* telah menetralkan pandangan lama tentang komunikasi yang bercorak linier. Model linier dimulai dengan penentu kebijakan atau program merumuskan kebutuhan pembangunan; kemudian mengembangkan dan merencanakan isi pesan komunikasi, dan melanjutkan "mentransportasikannya" lewat media massa; pemimpin-pemimpin tingkat bawah, agen-agen pemasaran dan petugas-petugas lapangan kepada masyarakat lokal/desa, atau khalayak sasaran. Maka itu, model lama komunikasi, selain dinamakan model linier, juga ada yang menyebutnya sebagai model transportasi, karena menganggap pesan komunikasi sebagai barang bawaan yang diangkut dari kendaraan satu ke kendaraan berikutnya.

Sesungguhnya, model baru komunikasi yang mementingkan proses dialog dua arah, yang

memberi peran dan tanggung jawab sama kepada semua yang terlibat, baik komunikator, perantara, maupun penerima, untuk mencapai kesepakatan dalam pemecahan masalah bersama, lebih tepat kalau dinamakan model *komunikasi sirkular* (*circular model*). Alasannya, komunikator tidak hanya memberi pesan, tetapi juga menerima pesan umpan balik dari khalayak. Demikian pula perantara yang bertindak selain sebagai penyambung pesan komunikator, juga berperan sebagai filter atau penyaring. Sedangkan penerima atau khalayak, karena kesempatan yang tersedia baginya dan tanggung jawab serta peran yang dilimpahkan kepadanya, juga bisa bertindak sebagai penafsir dan penerjemah kebutuhan riil dan aspirasinya untuk dicernakan oleh komunikator. Dengan demikian komunikator benar-benar bisa berfungsi sebagai *encoder* dan *decoder* sekaligus.

Sebaliknya, khalayak juga bisa bertindak selain sebagai *decoder*, juga menjadi *encoder*. Gambaran proses komunikasi, tidak lagi bagaikan garis lurus ala Lasswell, atau model matematik ala Shannon dan Weaver, tetapi lebih merupakan lingkaran tiada ujung dan pangkal, karena ujungnya bertemu dengan pangkal, dan pangkal berbau dengan ujungnya. Saluran komunikasi, termasuk komunikator, perantara, bukan lagi menjadi penyalur dari atas, tetapi juga penyalur efektif dari bawah. Inilah suatu persepsi baru tentang dinamika komunikasi, apalagi manakala komunikasi diterapkan pada pembangunan manusia seutuhnya dan masyarakat seluruhnya, yang mementingkan faktor manusia dan menghargai nilai-nilai sosial budaya, serta martabat dan harkat khalayak sasaran. Dinamika komunikasi yang demikian akan dapat menerjemahkan masalah atau kebutuhan besar yang diperkirakan akan datang atau *expected needs* seperti kepadatan penduduk, *aids*, lingkungan hidup, globalisasi ekonomi dan politik, pengembangan sumber daya manusia, menjadi kebutuhan yang terasa atau *felt needs*. Karena sesuatu benar-benar dirasakan sebagai kebutuhan nyata dan mendesak maka masyarakat secara kolektif akan termotivasi untuk ikut berpartisipasi dalam memecahkannya.

Komunikasi Partisipatoris

Partisipasi masyarakat secara sadar, kritis, sukarela, murni dan bertanggungjawab, memang baik. Baik bukan sekadar karena dengan demikian ada kemungkinan biaya pembangunan menjadi murah, tetapi baik karena memang sesuai dengan prinsip-prinsip dasar membangun masyarakat bangsa dan negara. Tetapi justru yang baik itulah yang tidak mudah dilaksanakan, karena persyaratan-persyaratan untuk melaksanakan dan mencapainya adalah berat dan sulit. Berat dan sulit, bukan karena alasan-alasan teknis atau kemampuan. Dalam prakteknya sepanjang zaman, berat dan sulit karena banyak pelaksanaan partisipasi masyarakat ini lebih banyak bersumber dari kurangnya kemauan atau itikad baik, komitmen moralitas dan kejujuran dari sebagian para komunikator, pemimpin atau penguasa, baik di kalangan pemerintah, swasta dan masyarakat dari semua tingkatan.

Ikut sertanya masyarakat secara aktif beramai-ramai, belum tentu dapat didefinisikan sebagai partisipasi masyarakat murni. Hal ini tergantung dari jenisnya dan kualitasnya peran dan aktivitas masyarakat apakah masyarakat hanya sebagai penerima pesan, atau sekadar pekerja-pekerja pelaksana arahan dan petunjuk pemimpin. Misalnya, pimpinan atau tokoh-tokoh pedesaan, ulama, atau wanita, dipakai hanya sebagai pelaksana penyebaran informasi, kebijakan, instruksi, atau untuk beramai-ramai membersihkan jalan atau gedung karena akan kedatangan tamu.

Mengenai jenis dan kualitas peran dan aktivitas masyarakat setempat ini oleh Hamijoyo (1974:1992a) pernah dibahas dan diperkenalkan sebuah "taxonomi" jenis dan kualitas dalam partisipasi masyarakat. Yang paling atas, yaitu peran yang paling berkualitas dalam partisipasi masyarakat ialah peran masyarakat sebagai perencana aktif, pemilik dan pengelola program kegiatan. Dan yang paling bawah, atau yang paling rendah kualitasnya ialah peran masyarakat sekadar hanya sebagai pelaksana (*implementors*) kegiatan. Batas antara partisipasi murni masyarakat dan partisipasi semu, memang kadang-kadang cukup halus (*subtle*). Tetapi justru karena itulah,

kalaupun kita kurang jeli atau waspada dan jujur terhadap diri sendiri dan tujuan-tujuan program komunikasi dan pembangunan, maka kita bisa-bisa malah tergelincir. Yang kita pikirkan partisipasi tetapi yang yang kita munculkan malah mobilisasi, yaitu pengerahan massa melalui penggalangan dan pengawasan ketat para pemimpin di tingkat bawah untuk menggiring rakyatnya. Untuk mengukur apakah suatu aktivitas masyarakat itu merupakan partisipasi murni atau semu, kita bisa mengujinya dengan, misalnya, mengurangi atau menghentikan penggalangan dan pengawasan. Jika dalam situasi komunikasi, penggalangan dan pengawasan yang longgar atau "zero" organisasi masyarakat tetap kuat dan dewasa (*viable*) dan program kegiatan tingkat akar bawah (*grass root*) tetap berlanjut (*sustainable*), maka itulah pertanda bahwa aktivitas benar-benar merupakan partisipasi murni masyarakat.

Pengamatan dan pengalaman di beberapa negara menunjukkan bahwa tumbuh dan berkembangnya partisipasi murni masyarakat ada hubungannya dengan faktor-faktor kultural dan struktural sosial dalam masyarakat. Indonesia dikenal dengan "gotong royong", "mapalus" (Sulawesi Utara), "Subak" (suatu pengairan sawah di Bali). Di Srilangka, juga ada "Smaradana". Sedangkan di Philipina dikenal "Bayanihan". Tetapi di negara-negara tertentu, istilah khusus semacam itu tidak ada; yang ada dapat diasumsikan bahwa kegiatan partisipasi masyarakat, mungkin saja tidak atau belum merupakan "lembaga" dalam masyarakat. Di negara-negara yang tidak mengenal partisipasi murni sebagai lembaga, biasanya juga tidak ada semangat kesukarelaan dengan derajat keteraturan (*regularity*) dan keberadaannya di mana-mana (*pervasiveness*) serta berkelanjutannya (*sustainability*) yang tinggi. Padahal, kesukarelaan itu merupakan unsur yang sangat pokok dalam partisipasi murni masyarakat.

Komunikasi dan Kebersamaan

Partisipasi murni masyarakat, kenyataannya berawal atau dilandasi dengan adanya kebersamaan (*togetherness, communality*).

Kebersamaan dalam mengartikan atau mempersepsikan sesuatu, misalnya masalah atau kesulitan, yang penting bagi masyarakat yang bersangkutan. Kebersamaan dalam cara-cara memecah masalah. Kebersamaan dalam melaksanakan keputusan-keputusan untuk memecahkan masalah yang dirasakan.

Kebersamaan dalam persepsi di kalangan suatu masyarakat, hanya mungkin dicapai manakala diprasyarati oleh komunikasi arus dua arah atau sirkular yang teratur, intensif, dan ekstensif. "Ekstensif" di sini diartikan sebagai upaya untuk memperteguh hubungan dengan lain-lain organisasi, lembaga, dan tokoh, serta orang, selain kelompoknya sendiri. Hal ini penting demi kerjasama persahabatan (*partnership*) antarkelompok yang berbeda tujuan dan kegiatannya, yang akan memperlancar komunikasi antarkelompok. Sekaligus untuk mengurangi persaingan atau ancaman suatu program dari pihak-pihak yang kurang mengerti atau kurang bersejera (Hamijoyo, 1992b).

Konsepsi kebersamaan ini memang penting sekali, bahkan menentukan dalam proses komunikasi. Komunikasi itu sendiri, antara lain, bisa didefinisikan sebagai proses atau usaha untuk "menciptakan kebersamaan dalam makna" (*The production of commonness in meaning*). Yang paling penting sebagai hasil komunikasi adalah kebersamaan dalam makna itu. Bukan sekadar hanya komunikatornya, isi pesannya, media atau salurannya. Maka itu, agar maksud komunikasi dipahami dan diterima serta dilaksanakan bersama, harus dimungkinkan adanya peran serta untuk "mempertukarkan" dan "merundingkan" makna di antara semua pihak dan unsur dalam komunikasi ("*exchange*" and "*negotiation*" of meaning). Pada analisis akhir yang kita kejar adalah harmoni dan *compatibility*, atau menurut istilah kita selaras dan keserasian.

Pertukaran dan perundingan makna ini paling subur kalau ditanam di atas lahan yang cocok. Dan dalam masyarakat Indonesia, ada "lembaga" yang khas untuk itu, yaitu lembaga musyawarah. "Tekniknya" adalah dialog yang dapat diartikan sebagai proses untuk mengenal, membandingkan,

dan mempertemukan unsur-unsur yang sama dari logika yang dimusyawarahkan. Adalah fungsi komunikasi untuk mencariken persamaan perbedaan (*contrast*). Jika gagal melaksanakan fungsi mencariken persamaan dan keserasian, maka terjadilah apa yang disebut krisis komunikasi. Harus diakui, dalam hidup ini ada sejumlah hal yang tidak atau sulit ditemukan persamaannya. Adalah tugas aktor-aktor komunikasi, terutama komunikator dan komunikan, untuk menemukan kesepakatan melaksanakan kerjasama dan mencapai tujuan-tujuan bersama di luar atau tujuan khas kelompoknya. Inilah yang disebut "akomodasi", yaitu kerjasama di antara orang, golongan, atau kelompok yang berbeda, bahkan bertentangan secara prinsip dalam memandang suatu persoalan (misalnya akomodasi antara buruh dan pemodal, antara partai-partai politik, antara agama satu dengan lainnya).

Kesepakatan umum tentang cita-cita, tujuan, kebijakan, strategi, dan program-program pokok, di antaranya golongan-golongan yang berbeda, memang harus ada untuk membangkitkan partisipasi masyarakat (Unesco, 1980). Kalau tidak, maka tidak ada jangkak sebagai kendali sosial dalam pembangunan, dan perencanaan komunikasi. Musyawarah sebagai suatu lembaga sosial untuk komunikasi perlu memenuhi beberapa prasyarat pokok, yang sejak awal seyogyanya dipahami dan dihayati oleh pihak-pihak yang terlibat dalam musyawarah. Prasyarat itu, antara lain, adalah itikad baik untuk saling mempercayai dan saling menghormati (*mutual trust and respect*), karena semuanya menyadari akan adanya tujuan, kepentingan dan masalah yang lebih tinggi daripada tujuan, kepentingan, dan masalah pribadi, atau kelompok masing-masing. Sudah jelas bahwa prasyarat-prasyarat tersebut dan pemahaman akan adanya dan perlunya tujuan, kepentingan, dan masalah bersama yang lebih besar dan tinggi ini, berhubungan erat dengan tradisi, nilai-nilai dasar dan sosial budaya yang mengakar dalam berbagai sistem dan struktur, serta proses politik, pemerintah, kemasyarakatan, ekonomi, dan lain sebagainya. Memang, teori konvergensi dari komunikasi bertumpu pada mutlak perlunya

diperhitungkan faktor-faktor manusia, politik, ekonomi, sosial-budaya dalam masyarakat (Buck dkk, 1983).

Objek Komunikasi dan Konsekuensinya

Dari awal uraian sampai titik ini, secara implisit maupun eksplisit, kita telah mengidentifikasi dan meramu berbagai kenyataan sosial dan mencari elemen-elemen pokok untuk merumuskan landasan ilmiah komunikasi. Yang mencuat sebagai masalah sentral dari komunikasi dalam proses pembangunan ialah faktor manusia dan perubahan sosial. Dua masalah ini erat kaitannya dengan keyakinan dan nilai sosial budaya, struktur sosial, percaturan penyebaran informasi dan pembaruan, dan sistem pengaturan kelembagaan politik, ekonomi dan kemasyarakatan.

Dari uraian di muka, landasan ilmiah komunikasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

Objek Materil ilmu komunikasi ialah perilaku manusia yang dapat merangkum perilaku individu, kelompok dan masyarakat.

Objek Formalnya ialah situasi komunikasi yang mengarah pada perubahan sosial, termasuk perubahan pikiran, perasaan, sikap dan perilaku individu, kelompok masyarakat, dan pengetahuan kelembagaan.

Dari pengamatan berbagai pengalaman dan penelitian, komunikasi dapat diteropong dari dua perspektif. Perspektif yang satu adalah komunikasi sebagai kiat atau profesi yang bersifat praktis dan terorientasi pada pengelolaan, perencanaan, dan pelaksanaan tugas pekerjaan. Perspektif lainnya adalah, komunikasi sebagai ilmu atau teori, dan fokus utamanya adalah analisis dan konseptualisasi serta mengembangkan metode dan pendekatan pencarian ilmiah (*scientific inquiry*). Baik sebagai kiat atau profesi, maupun sebagai ilmu atau teori, keduanya memerlukan landasan ilmiah. Karena *objek materil* maupun *objek formal* bersangkutan dengan perilaku manusia, maka ilmu-ilmu yang mendasarinya ialah ilmu-ilmu sosial dasar (*basic social sciences*).

Ada empat ilmu sosial dasar yang khusus mempelajari perilaku manusia, yaitu: psikologi,

sosiologi, antropologi, dan yang memadukan ketiganya adalah psikologi sosial, *the basic sciences of social man*. Sedangkan psikologi sosial dianggap juga sebagai ilmu gabungan tentang manusia sosial (*the combined science of social man*). Sudah tentu tiap ilmu dasar tersebut memiliki berbagai cabang ilmu (Hamijoyo, 1992c).

Selain landasan ilmiah, komunikasi juga memerlukan landasan filsafat (*philosophical foundations*). Hal ini dapat dipahami karena komunikasi mendambakan kebersamaan, musyawarah, dialog, yang kesemuanya ini memerlukan saling menghormati dan mempercayai, seperti yang telah diuraikan di muka. Semuanya ini erat hubungannya dengan keyakinan, nilai dan norma sosial budaya. Selain itu, komunikasi bertujuan menciptakan perubahan sosial yang dianggap baik atau bermanfaat oleh mereka yang terlibat dalam situasi komunikasi. Maka yang ingin dihasilkan ialah perubahan sosial yang terarah, artinya diarahkan pada tujuan hidup bermasyarakat yang "lebih baik", sesuai dengan nilai-nilai spiritual, moral, etika dan estetika, yang didambakan oleh suatu bangsa atau masyarakat. Untuk Indonesia, landasan filsafatnya: Pancasila.

Komunikasi sebagai kegiatan manusia, apalagi kalau dikaitkan dengan kegiatan pembangunan, dalam prakteknya banyak menyinggung dan terpaksa harus memperhitungkan soal-soal nilai dan norma sosial budaya, seperti yang telah dipaparkan di bagian muka. Maka, percaturannya menjadi sangat menarik, karena di satu pihak komunikasi harus tetap menjaga objektivitas ilmiah (*scientific objectivity*), namun di pihak lain harus juga menjaga pertimbangan nilai (*value judgement*) yang secara objektif memang mengacu pada kenyataan sosial budaya. Percaturan yang menarik ini telah menggugah perhatian para ilmuwan dan pakar komunikasi ilmu-ilmu sosial, sejak lebih dari sepuluh tahun belakangan ini. Antara lain diungkapkan bahwa sebab-sebab mengapa banyak timbul masalah kritis riset perbandingan internasional dalam komunikasi, tidak lain karena kegagalan kita untuk menghayati bahwa riset komunikasi dan riset sosial umumnya, dalam kenyataan melekat atau menyatu di dalam

relung-relung nilai budaya (Holloran, 1982). Hal ini sekaligus memperagakan kritik diri para ahli dunia Barat yang selama ini kurang memperhitungkan atau menghargai kenyataan nilai budaya masyarakat negara berkembang.

Sejalan dengan tumbuhnya kesadaran para ahli Barat, para ilmuwan Timur mulai membuat gebrakan konsepsional yang cukup imajinatif dengan menelusuri kembali dan mendalami konsepsi-konsepsi kemasyarakatan dan nilai-nilai sosial yang telah hidup demikian lama dalam peradaban Timur. Karya-karya sastra lama yang berakar pada filsafat sosial India, Cina, dan Jepang, atau yang bernafaskan Islam, dan relevan dengan komunikasi mulai digali. Tujuannya ialah mewakili nilai dan norma sosial budaya pada zamannya.

Kebudayaan adalah komunikasi dan komunikasi adalah kebudayaan. Bangsa-bangsa Asia telah menciptakan kebudayaan yang sedemikian agungnya. Maka itu, mereka pasti telah memiliki dan mampu mengembangkan konsep dan sistem komunikasi tertentu yang khas (Dissanayake, Editor, 1988).

Ilmu komunikasi merupakan ilmu terapan. Artinya, ia menerapkan asas-asas ilmiah, teori, generalisasi, dan penemuan ilmiah dari empat ilmu sosial dasar yang telah melandasinya. Tidak bisa dibayangkan seorang ilmuwan atau pakar komunikasi yang bergerak pada dataran praktis sekalipun, jika ia tidak memahami atau menguasai prinsip-prinsip ilmu sosial dasar, karena yang menjadi inti perhatian sehari-hari adalah perilaku manusia dan perubahan sosial. Tidak berarti bahwa sebagai ilmu terapan ia lantas menjadi pasif. Ia justru harus aktif berkreasikan, berinovasi, dan berimajinasi, melalui penelitian, pengembangan, dan penyebaran dalam situasi riil. Dalam hal ini, ia akan dibimbing oleh masalah-masalah implementasi praktis maupun masalah-masalah konsepsional teoretik.

Dengan menerapkan model teori Sanders (1958) dalam menganalisis pembangunan masyarakat, kita bisa melihat komunikasi dari empat perspektif, yaitu: komunikasi sebagai proses, metode, program, dan sebagai gerakan sosial.

Komunikasi sebagai *proses*, harus kita pelajari; misalnya melalui prinsip dan teori perubahan sosial, kebudayaan implisit dan eksplisit, dinamika hubungan kekuasaan atau hubungan silang budaya, termasuk kooperasi-akomodasi-persaingan-konflik, teori sosialisasi dan enkulturasi (perasyarakatkan & pembudayaan).

Sebagai *metode*, komunikasi harus kita dalam, antara lain, melalui teori kontrol sosial, teori pengembangan masyarakat, teori belajar, teori formasi dan perubahan sikap, kecenderungan perilaku, motivasi dan kognisi, termasuk teori selektivitas dan perbedaan individu.

Komunikasi sebagai *program*, perlu kita pelajari dengan memanfaatkan dan memperkembangkan teori dinamika kelompok, teori manajemen, analisis sistem, teori dan teknik evaluasi dan pengukuran, untuk mengetahui hasil (*output*) pengaruh (*effect*) dan dampak (*impact*).

Untuk memahami komunikasi sebagai *gerakan sosial* (*social movement*), antara lain, kita bisa minta pertolongan teori-teori sosiologi politik, psikologi sosial, khususnya psikologi massa termasuk pendapat umum, perilaku kelompok dan perilaku massa, juga teori tentang problema dan aksi sosial, teori manfaat dan kepuasan sosial (*uses and gratification*).

Uraian terakhir tentang ilmu dan teori yang melandasi komunikasi sebagai proses, metode, program, dan gerakan sosial, adalah untuk menunjukkan betapa kompleks liku-liku komunikasi, betapa pentingnya pendekatan antardisiplin dan betapa luasnya bentangan lahan yang belum banyak digarap; dan masih banyak terbuka lebar bagi ilmuwan dan pakar komunikasi untuk mengembangkan ilmu dan kiatnya melalui kegiatan berteori, bereksperimentasi, dan berimplementasi.

Akhir-akhir ini, di kalangan peneliti di negeri kita, kebanyakan mahasiswa S2 dan S3 sudah mulai melepaskan diri dari tradisi lama yang hanya membatasi kepeduliannya pada masalah media atau saluran. Kini, mulai terbit fajar orientasi baru untuk menyoroti komunikasi dari sudut khayalak dan konteks sosial-budaya. Demikian pula aksan pada individu sebagai sasaran, dan dengan sendirinya menjadi satuan analisis (*unit of analy-*

sis) mulai beralih pada kelompok masyarakat yang sesungguhnya cukup memberi peluang ilmiah yang bermanfaat. Namun, pada umumnya masih banyak terdapat kelemahan dalam landasan ilmiah dan penjejajahan teoretik.

Kecilnya jumlah penelitian yang bermutu, terutama dalam penguasaan teori, pengendalian variabel, ketepatan penerapan analisis statistik, merupakan hambatan serius bagi tumbuhnya "kebulatan teoretik" (*theoretical coherence*). Semuanya, ditambah dengan kurangnya tenaga senior yang berpengalaman praktis dan teoretik, serta sulitnya akses informasi baru dan laporan riset yang berbobot dari dalam dan luar negeri, ikut melengkapi kesulitan bagi munculnya penelitian dengan pendekatan kualitatif. Namun penulis percaya bahwa dengan kerja keras dan disiplin tinggi, dengan pengabdian dan kejujuran ilmiah yang dalam, dan dengan fasilitas serta akses yang memadai, ilmu komunikasi yang bermutu dan relevan di negeri ini akan berkembang pesat dan bisa angkat bicara dengan berwibawa dalam pecaturan ilmiah nasional dan internasional. ●

Sumber Bacaan

- Bennis, Warren G (Editors). *The Planning of Change (Reading in the Applied Behavioral Sciences)*, New York: Holt, 1961.
- Buck, Elizabeth B. D. Lawrence Kincaid, Mimi Nichter dan Mark Nichter, "Development Communication in the Cultural Context: Convergence Theory and Community Participation", dalam *Communications Research and Cultural Values*, Wimal Dissanayake, dan Abdul Rahman bin Mohd. Said (Editors), Singapore: Asian Mass Communication Research and Information Center, 1983.
- Diaz Bordenave, Juan E, *Communication and Rural Development*, Paris: Unesco, 1977
- Dissanayake, W. (Editor), *Communication Theory: The Asian Perspective*, Singapore: Asian Mass Communication Research and Information Centre, 1989.
- Foster, George M. *Oude Culturen in Een Technische Wereld*, Utrecht: Aula, 1962.
- Hamijoyo, Santoso S, Anwar Iskandar, *Beberapa Catatan tentang Partisipasi Masyarakat*, Jakarta: Badan pengembangan Pendidikan, Departemen P dan K, 1974.
- Hamijoyo, Santoso S, *Pengaruh Teknologi Komunikasi terhadap Perilaku dalam Masyarakat*, Bandung: Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, 1990.
- Hamijoyo, Santoso S, *Community Participation and the Role of Leaders (The Indonesian Experience)*, Jakarta: BKKBN, 1992a.
- Hamijoyo, Santoso S, *Some Thoughts on IEC Strategy for the 90's*, Jakarta: BKKBN, 1992b.
- Hamijoyo, Santoso S. *Beberapa Kerangka Acuan untuk Membangun Ilmu bagi Profesi Pendidikan dan Pengembangan Sosial Indonesia*, Yogyakarta, Ikatan Sarjana Pendidikan dan Pengembangan Sosial Indonesia, 1992c.
- Holloran, J.D. "The Context of Mass Communication Research", dalam D.C. Witney and E. Wartella (Editors), *Mass Communication Review Yearbook*, Volume 3, Beverly Hills: Sage Foundations Publications, 1982.
- Inkeles, Alex, dan David H. Smith, *Becoming Modern (Individual Change in Six Developing Countries)*, Cambridge (Mass.) Harvard, 1974
- Just, Marion, Ann Crigler Lori Wallach, "Thirty Seconds or thirty Minutes: what Viewers Learn from Spot Advertisements and Candidate Debates", *Journal of Communications*, Volume 40, Number 3, Summer, 1990.
- Klapper, Joseph T, *The Effects of Mass Communications*, New York: The Free Press of Clencoe, 1964.
- Muhadjir, Noeng, *Kepemimpinan Adopsi Inovasi untuk Pembangunan Masyarakat*, Yogyakarta: Rake Press, 1987.
- Sandera, Irwin T, "Theories of Community Development", dalam majalah *Rural Sociology*, Volume 23, nomor 1, March, 1958.
- Unesco, Regional Office for Education in Asia and the Pacific, *Population Communications Planning (Report of Regional Seminar)*, Colombo: Unesco: Desember, 1980.