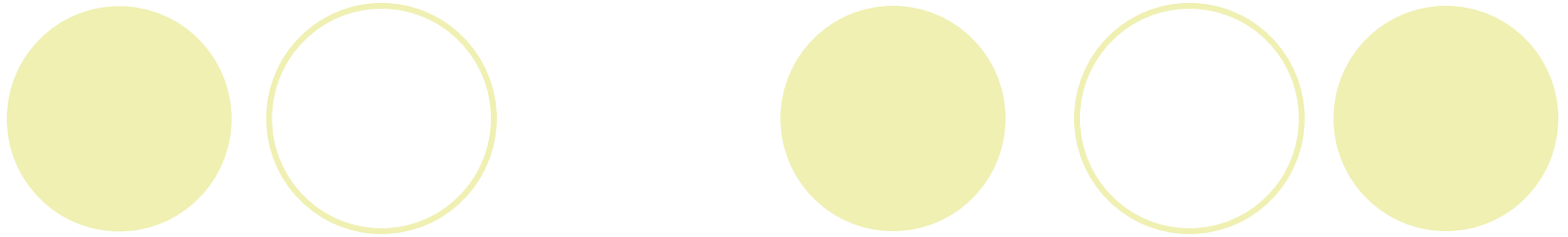


TEORI-TEORI KOMUNIKASI PADA TAHAP AWAL



Tim Dosen Teori Komunikasi:

1. Drs. Dinn Wahyudin, M.A.
2. Dra. Permasih, M.Pd.
3. Riche Cynthia, S.Pd, M.Si.



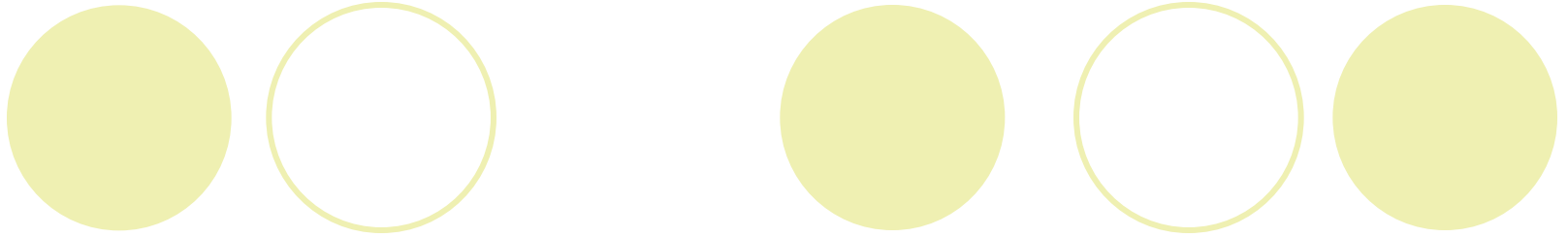
- Hingga sekarang tercatat tidak kurang dari seratus teori dan model komunikasi yang diketengahkan para pakar komunikasi, terutama pakar Amerika.
- Dalam buku ini tidak mungkin diuraikan seluruhnya, tetapi akan dipilih sebagian saja sekadar sebagai motivasi untuk mempelajarinya secara luas dan dalam; uraiannya pun hanya merupakan ikhtisar saja.
- Di bawah ini adalah teori dan model komunikasi yang tampil pada tahun awal sekitar dekade 1940-an dan 1950-an.

1. Lasswell's Model (Model Lasswell)

- Model Komunikasi dari Harold Lasswell ini dianggap oleh para pakar komunikasi sebagai salah satu teori komunikasi yang paling awal dalam perkembangan teori komunikasi (1948).
- Lasswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan : **Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect** (Siapa Mengatakan Apa Melalui Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa).
- Jawaban bagi pertanyaan paradigmatic (paradigmatic question) Lasswell itu merupakan unsur-unsur proses komunikasi, yaitu Communicator (Komunikator), Message (Pesan), Media (Media), Receiver (Komunikasikan/Penerima), dan Effect (Efek).

Adapun fungsi komunikasi menurut Lasswell adalah sebagai berikut:

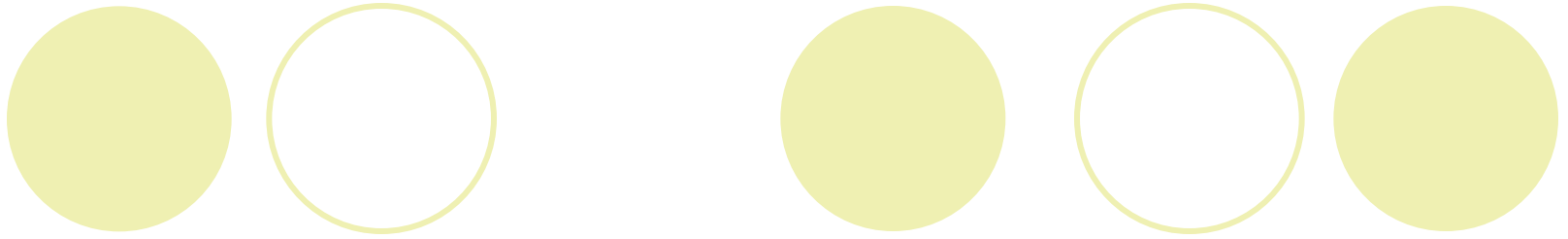
- a. The surveillance of the environment (pengamatan lingkungan)
- b. The correlation of the parts of society in responding to the environment (korelasi kelompok-kelompok dalam masyarakat ketika menanggapi lingkungan)
- c. The transmission of the social heritage from one generation to the next (transmisi warisan sosial dari generasi yang satu ke generasi yang lain).



- Yang dimaksud dengan surveillance oleh Lasswell adalah kegiatan mengumpulkan dan menyebarkan informasi mengenai peristiwa-peristiwa dalam suatu lingkungan: dengan lain perkataan penggarapan berita.
- Kegiatan yang disebut correlation adalah interpretasi terhadap informasi mengenai peristiwa yang terjadi di lingkungan; dalam beberapa hal ini dapat didefinisikan sebagai tajuk rencana atau propaganda.
- Kegiatan transmission of culture difokuskan kepada kegiatan mengkomunikasikan informasi, nilai, dan norma sosial dari generasi yang satu ke generasi yang lain atau dari anggota suatu kelompok kepada pendatang baru. Ini sama dengan kegiatan pendidikan.

2. S-O-R Theory (Teori S-O-R)

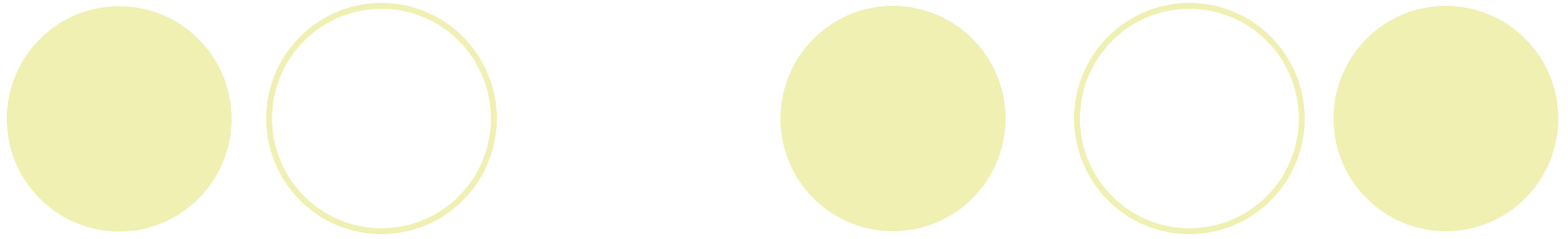
- Teori S-O-R sebagai singkatan dari **Stimulus - Organism - Response** ini semula berasal dari psikologi.
- Kalau kemudian menjadi juga teori komunikasi, tidak mengherankan, karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opmi. perilaku, kognisi. afeksi dan konasi.



- Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi.
- Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah :
 - a. Pesan (stimulus, S)
 - b. Komunikasi (Organism, O)
 - c. Efek (Response; R)
- Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek "how" bukan "what" dan "why". Jelasnya how to communicate, dalam hal ini how to change the attitude, bagaimana mengubah sikap komunikasi.



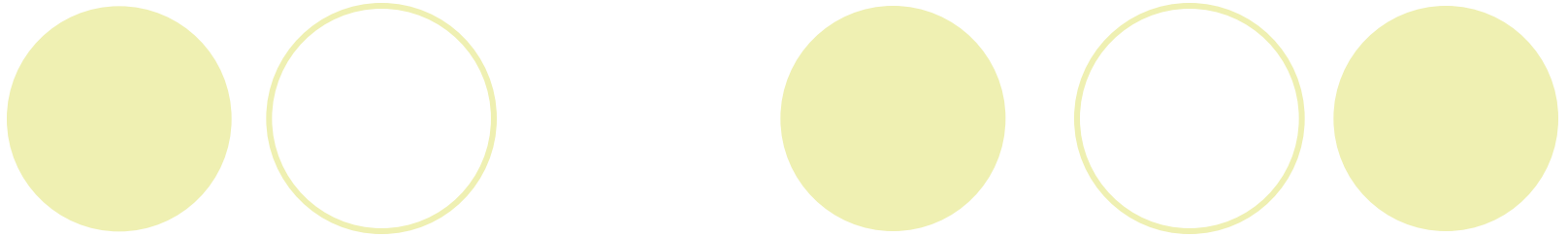
- Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula.
- Prof. Dr. Mar'at dalam bukunya "Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya, mengutip pendapat Hovland, Janis, & Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu:
 - a. perhatian
 - b. pengertian
 - c. penerimaan



- Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada Perhatian dari komunikan.
- Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya.
- Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

3. S-M-C-R Model (Model S-M-C-R)

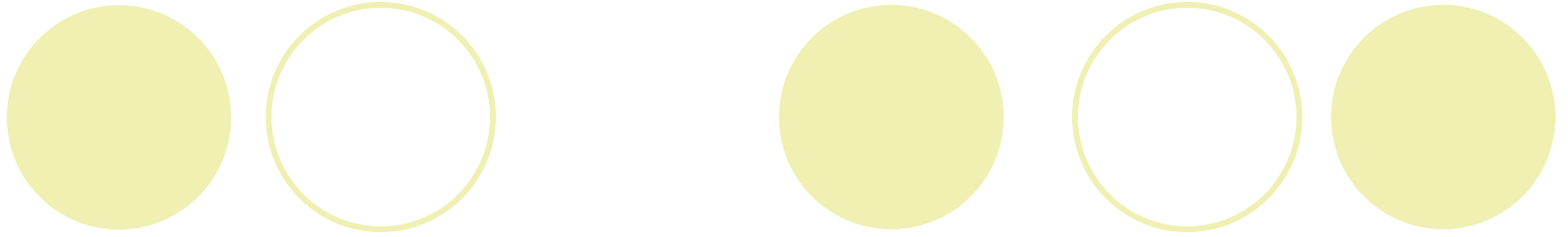
- Rumus S-M-C-R adalah singkatan dari istilah-istilah : **S** singkatan dari **Source** yang berarti sumber atau komunikator; **M** singkatan dari **Message** yang berarti pesan; **C** singkatan dari **Channel** yang berarti saluran atau media, sedangkan **R** singkatan dari **Receiver** yang berarti penerima atau komunikan.
- Jangan keliru dengan singkatan pada Teori S-O-R, di mana S adalah singkatan dari Stimulus yang berarti pesan; sedangkan R adalah singkatan dari Response yang dalam bahasa Indonesia diartikan respons atau tanggapan atau reaksi.
- Baik S-M-C-R maupun S-O-R adalah proses komunikasi.



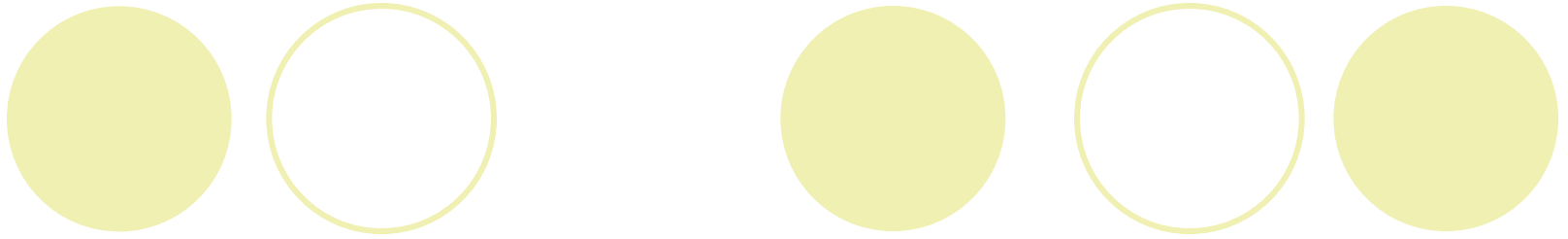
- Khusus mengenai istilah Channel yang disingkat C pada rumus S-M-C-R itu yang berarti saluran atau media, komponen tersebut menurut Edward Sappir mengandung dua pengertian, yakni primer dan sekunder.
- Media sebagai saluran primer adalah lambang, misalnya bahasa, kial (gesture), gambar atau warna, yaitu lambang-lambang yang diperguna-kan khusus dalam komunikasi tatap muka (face-to-face communication), sedangkan media sekunder adalah media yang berwujud, baik media massa, misalnya surat kabar, televisi atau radio, maupun media nir - massa, misalnya, surat, telepon, atau poster.
- Jadi, komunikator pada komunikasi tatap muka hanya menggunakan satu media saja, misalnya bahasa, sedangkan pada komunikasi bermedia seorang komunikator, misalnya wartawan, penyiar atau reporter menggunakan dua media, yakni media primer dan media sekunder, jelasnya bahasa dan sarana yang ia operasikan.

4. The Mathematical Theory of Communication (Teori Matematikal Komunikasi)

- Teori matematikal ini acapkali disebut model Shannon dan Weaver, oleh karena teori komunikasi manusia yang muncul pada tahun 1949, merupakan perpaduan dari gagasan Claude E. Shannon dan Warren Eaver.
- Adalah Shannon yang pada tahun 1948 mengetengahkan teori matematik dalam komunikasi permesinan (engineering communication), yang kemudian bersama Warren pada tahun 1949 diterapkan pada proses komunikasi manusia (human communication).



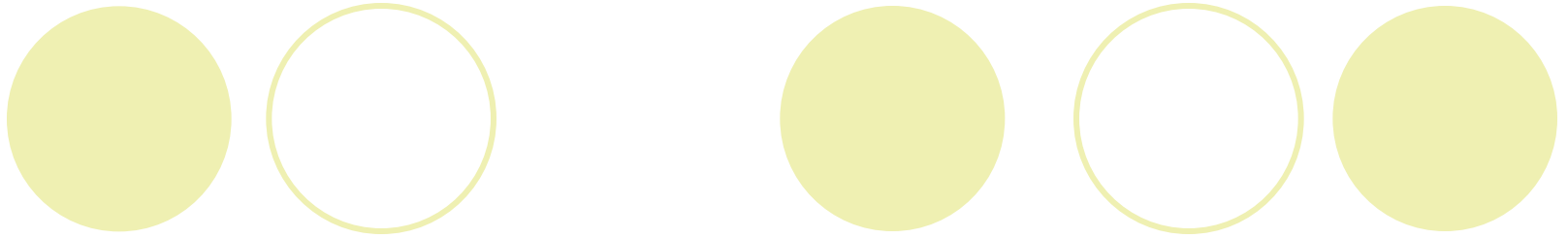
- Sejak itulah istilah komunikasi dipergunakan "dalam pengertian yang amat luas yang mencakup semua prosedur di mana pikiran seseorang mempengaruhi pikiran orang lain" (very broad sense to include all of the procedures by which one mind may affect another).



- Gambar 2 menunjukkan bahwa sumber informasi (information source) memproduksi sebuah (message) untuk dikomunikasikan. Pesan tersebut dapat terdiri dari kata-kata lisan atau tulisan, musik, gambar, dan lain-lain. Pemancar (transmitter) mengubah pesan menjadi isyarat (signal) yang sesuai bagi saluran yang akan dipergunakan. Saluran (channel) adalah media yang menyalurkan isyarat dari pemancar kepada penerima (receiver). Dalam percakapan sumber informasi adalah benak (brain), pemancar adalah mekanisme suara yang menghasilkan isyarat, saluran (channel) adalah udara.
- Penerima (receiver) melakukan kebalikan operasi yang dilaksanakan pemancar, yakni merekonstruksi pesan dari isyarat. Tujuan (destination) adalah orang atau benda kepada siapa atau kepada apa pesan ditujukan.

5. The Osgood and Schramm Circular Model (Model sirkular Osgood dan Schramm)

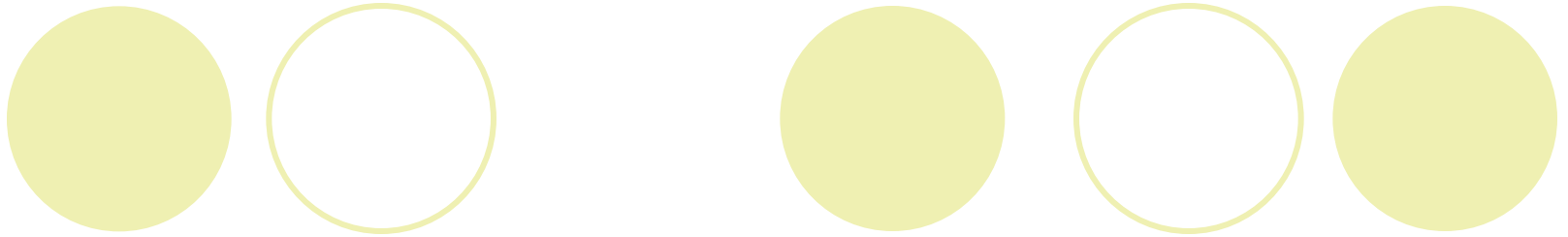
- Jika model Shannon dan Weaver merupakan proses linear, model Osgood dan Schramm dinilai sebagai sirkular dalam derajat yang tinggi sebagai tampak pada gambar 3.



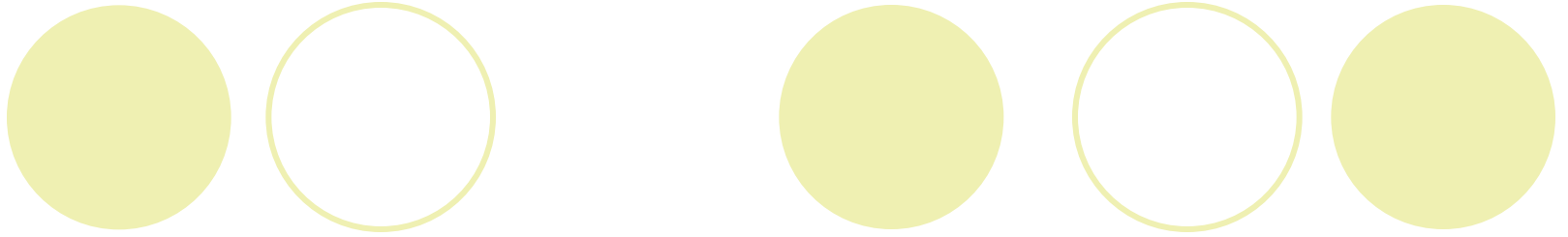
- Perbedaan lainnya ialah apabila Shannon dan Weaver menitikberatkan perhatiannya langsung kepada saluran yang menghubungkan pengirim (sender) dan penerima (receiver) atau dengan perkataan lain komunikator dan Komunikan. Schramm dan Osgood menitikberatkan pembahasannya pada perilaku pelaku-pelaku utama dalam proses komunikasi.
- Shannon dan Weaver membedakan source dengan transmitter dan antara receiver dengan distination. Dengan kata lain, dua fungsi dipenuhi pada sisi pengiriman (transmitting) dan pada sisi penerimaan (receiving) dari proses.
- Pada Schramm dan Osgood ditunjukkan fungsinya yang hampir sama. Digambarkannya dua pihak berperilaku sama, yaitu encoding atau menjadi, decoding atau menyandi balik, dan interpreting atau menafsirkan.

6. Dance' Helical Model (Model Helical Dance)

- Model komunikasi helikal ini dapat dikaji sebagai pengembangan dari model sirkular dari Osgood dan Schramm,
- Ketika membandingkan model komunikasi linear dan sirkular. Dance mengatakan bahwa dewasa ini kebanyakan orang menganggap bahwa pendekatan sirkular adalah paling tepat dalam menjelaskan proses komunikasi.



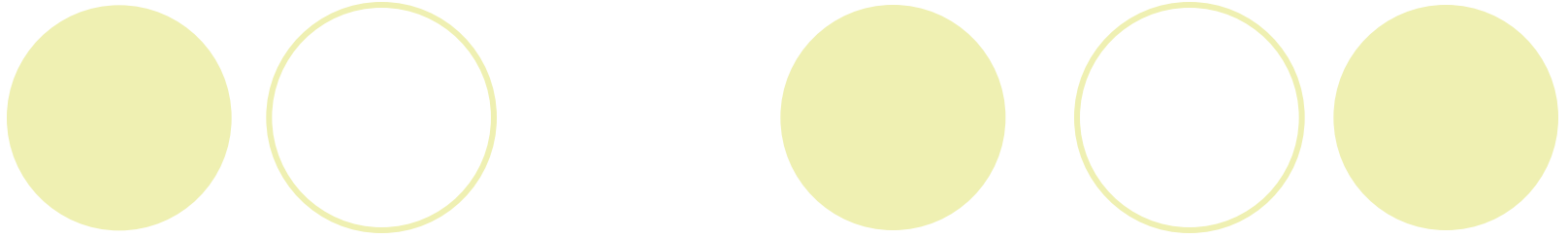
- Heliks (helix), yakni suatu bentuk melingkar yang semakin mem-besar menunjukkan perhatian kepada suatu fakta bahwa proses komunikasi bergerak maju dan apa yang dikomunikasikan kini akan mempengaruhi struktur dan isi komunikasi yang datang menyusul. Dance menggarisbawahi sifat dinamik dari komunikasi. (lihat Gambar 4).
- Proses komunikasi, seperti halnya semua proses sosial, terdiri dari unsur-unsur, hubungan-hubungan, dan lingkungan-lingkungan yang terus menerus berubah. Heliks menggambarkan bagaimana aspek-aspek dari proses berubah dari waktu ke waktu.



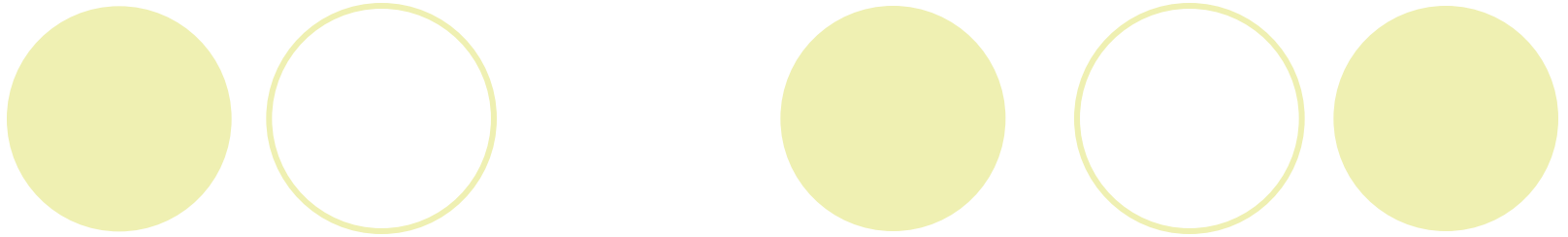
- Dalam percakapan, misalnya, bidang kognitif secara tetap membesar pada mereka yang terlibat.
- Para aktor komunikasi secara sinambung memperoleh informasi mengenai topik termasa, tentang pandangan orang lain, pengetahuan, dan sebagainya.

7. Newcomb'ABX Model (Model ABX Newcomb)

- Pendekatan Theodore Newcomb (1953) terhadap komunikasi adalah pendekatan seorang pakar psikologi sosial berkaitan dengan interaksi manusia.
- Model ini mengingatkan kepada diagram jaringan kelompok kerja yang dibuat para psikolog sosial dan merupakan awal formulasi konsistensi kognitif.
- Dalam bentuk yang paling sederhana dari kegiatan komunikasi, seseorang, A, menyampaikan informasi kepada orang lain, B, mengenai sesuatu, X. Model tersebut menyatakan bahwa orientasi A (sikap) terhadap B dan terhadap X adalah saling bergantung, dan ketiganya membentuk suatu sistem yang meliputi empat orientasi.



- a. Orientasi A terhadap X termasuk sikap baik terhadap X sebagai objek untuk didekati atau dihindarkan maupun terhadap ciri-ciri kognitif.
- b. Orientasi A terhadap B, dalam pengertian yang benar-benar sama (untuk tujuan menghindari istilah-istilah yang membingungkan, Newcomb menyebutnya atraksi yang positif dan negatif terhadap A atau C sebagai orang-orang dengan sikap-sikap yang menyenangkan dan tidak menyenangkan terhadap X)
- c. Orientasi B terhadap X
- d. Orientasi B terhadap A



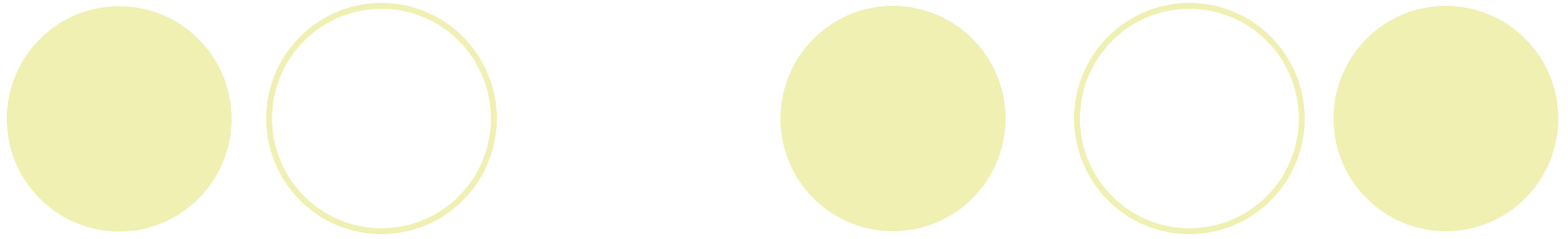
- Pada model Newcomb ini komunikasi merupakan cara yang biasa dan efektif di mana orang-orang mengorientasikan dirinya terhadap lingkungan (Severin dan Tankard, 1992).
- Model Newcomb ini merupakan perluasan dari karya psikolog Heider (1946) berkenaan dengan keajegan dan ketidakajegan yang mungkin timbul di antara dua orang dalam hubungannya dengan orang ketiga atau suatu objek.
- Teorinya itu menyangkut kasus dua orang yang mempunyai sikap senang atau tidak senang terhadap masing-masing dan terhadap objek eksternal, maka akan timbul hubungan seimbang (jika dua orang saling menyenangkan dan juga menyenangkan suatu objek) dan juga terjadi tak seimbang (kalau dua orang saling menyenangkan, tetapi yang satu menyenangkan objek, & yang lain tidak).
- Selanjutnya apabila terjadi keseimbangan, setiap peserta akan menghadang perubahan, dan manakala terjadi ketidakseimbangan berbagai upaya akan dilakukan untuk memulihkan keseimbangan kognitif. (McQual dan Windahl, 1984).

8. The Theory of Cognitive Dissonance (Teori Disonansi Kognitif)

- Istilah disonansi kognitif dari teori yang ditampilkan oleh Leon Festinger ini berarti ketidaksesuaian antara kognisi sebagai aspek sikap dengan perilaku yang terjadi pada diri seseorang. Orang yang mengalami disonansi akan berupaya mencari dalih untuk mengurangi disonansinya itu.
- Pada umumnya orang berperilaku ajeg atau konsisten dengan apa yang diketahuinya. Tetapi kenyataan menunjukkan bahwa sering pula seseorang berperilaku tidak konsisten seperti itu.
- Leon Festinger menyajikan contoh seorang pemuda yang sedang berkencan. Ketika ia asyik berkencan dengan segala kegairahannya, ia sadar bahwa uang yang ada di kantungnya tidak memadai dengan perbuatannya terhadap pacarnya itu. Keterpautan perilaku dengan pengetahuan mengenai situasi keuangannya itu dinamakan disonansi.



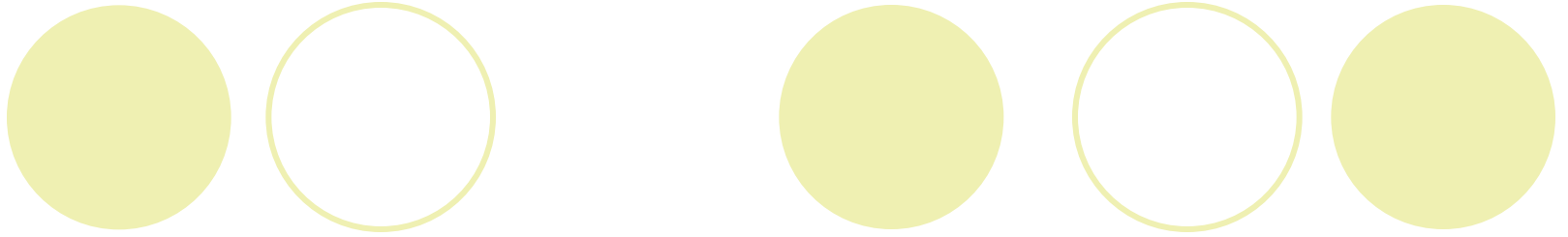
- Jika seseorang mempunyai informasi atau opini yang tidak menuju ke arah menjadi perilaku, maka informasi atau opini itu akan menimbulkan disonansi dengan perilaku. Apabila disonansi tersebut terjadi, maka orang akan berupaya menguranginya dengan jalan mengubah perilakunya. kepercayaannya atau opininya.
- Untuk memperjelas teorinya itu, Festinger menyajikan contoh perihal pengurangan disonansi. banyak orang yang percaya akan adanya orang yang membersihkan giginya tiga kali sehari. Tetapi banyak pula orang mungkin paling banyak yang percaya akan adanya orang yang tidak menggosok gigi sesering itu. Jadi disonansi terjadi antara kepercayaan dan perilakunya. Orang-orang seperti itu akan mudah dipengaruhi oleh komunikasi yang menyatakan bahwa sungguh-sungguh berbahaya jika menggosok gigi terlalu sering, atau oleh komunikasi yang menyatakan bahwa sebuah merk pasta gigi sedemikian tinggi mutunya sehingga bila ' orang menggunakannya cukup satu kali saja.



- Jika kedua jenis komunikasi itu diterima dan dipercaya, maka pengurangan disonansi terjadi. Tetapi sebaiknya kalau ada seseorang yang, berupaya mempersuasi orang lain dengan menyatakan bahwa sebenarnya demi kesehatan gigi hendaknya digosok lima kali sehari, maka komunikasi seperti itu akan ditentangnya, dalam arti kata orang itu tidak dapat dipengaruhi. Jelaslah bahwa jika orang itu menerima komunikasi tersebut akan meningkatkan disonansi antara kepercayaan dengan perilaku.
- Jadi komunikasi persuasif akan sangat efektif, apabila mengurangi disonansi, dan tidak efektif jika meningkatkan disonansi.

9. Inoculation Theory (Teori Inokulasi)

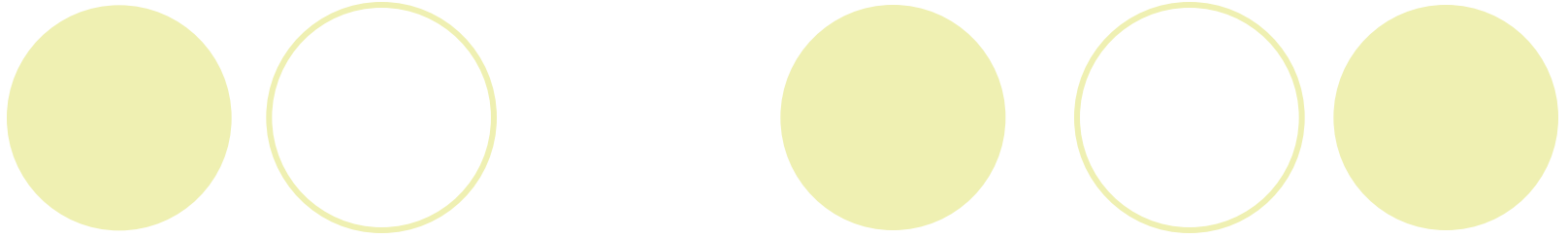
- Teori inokulasi atau teori suntikan yang pada mulanya ditampilkan oleh McGuire ini mengambil analogi dari peristiwa medis. Orang yang secara fisik tidak siap untuk menahan penyakit infeksi, seperti cacar dan polio, memerlukan inokulasi (suntikan) vaksin untuk merangsang mekanisme daya tahan tubuhnya supaya dapat melawan penyakit tersebut.
- Demikian pula halnya dengan orang yang tidak memiliki informasi mengenai suatu hal atau tidak menyadari posisi mengenai hal tersebut, maka ia akan lebih mudah untuk dipersuasi atau dibujuk, oleh karena ia tidak siap untuk menolak argumentasi si persuader atau pembujuk. Suatu cara untuk membuatnya agar tidak mudah kena pengaruh adalah "menyuntiknya" dengan argumentasi balasan (counterarguments).



- Menurut McGuire (1964) orang dapat diinokulasi untuk melawan persuasi. Para politikus seringkali berupaya melakukannya. Mereka memperingatkan khalayaknya bahwa lawan politiknya mungkin akan mencoba mempersuasi mereka dengan beberapa pandangan. Mereka memberitahu kepada khalayaknya apa yang mungkin dikatakan oleh lawan politiknya seraya memberikan alasan mengapa lawannya itu salah.
- Dengan demikian para politisi berharap dapat menyuntik para pengikutnya dengan argumentasi balasan agar kemudian dapat digunakan untuk menyangkal argumentasi lawan.

Percakapan di bawah ini merupakan contoh bagaimana seseorang menggunakan inokulasi dalam persuasi antarpribadi. (Reardor, 1987).

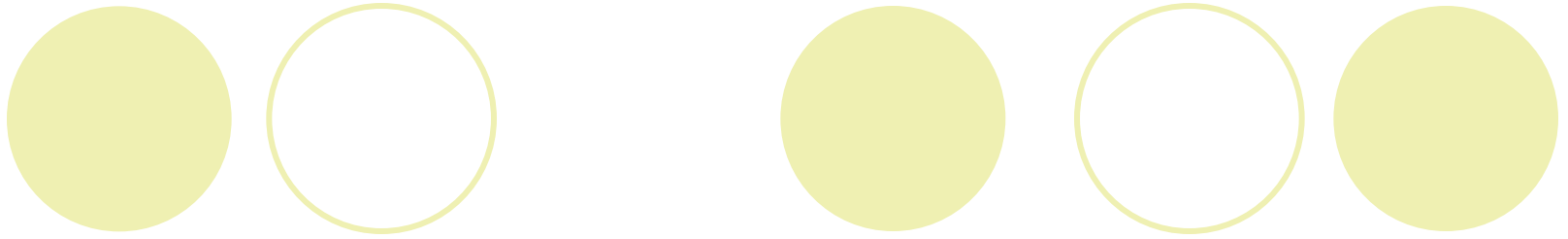
- Mark : Maukah anda makan malam bersama saya nanti malam?
- Sharon : Apakah anda tidak pergi dengan Cindy Parker?
- Mark : Tidak. Saya dan Cindy sudah tidak berhubungan lagi. Apakah anda kenal dia?
- Sharon : Ya. Kami sama-sama tinggal di asrama.



- Mark : Oh. Mungkin Cindy mengatakan kepada anda bahwa saya bukan tipe anda. Saya harap anda punya penilaian sendiri tentang hal itu. Setelah putus hubungan biasanya orang cenderung mempunyai perasaan buruk. Nampaknya sekarang ini Cindy pun demikian.
- Sharon : Saya mengerti. Maukah anda menilpun saya nanti malam. Nanti saya akan beritahu anda tentang ajakan anda bersantap malam itu.
- Dari dialog itu tampak bahwa Mark mencoba mempersiapkan Sharon dengan ucapan-ucapan yang mungkin didengarnya dari Cindy yang dapat membuatnya enggan bertemu dirinya.

10. The Bullet Theory of Communication (Teori Peluru)

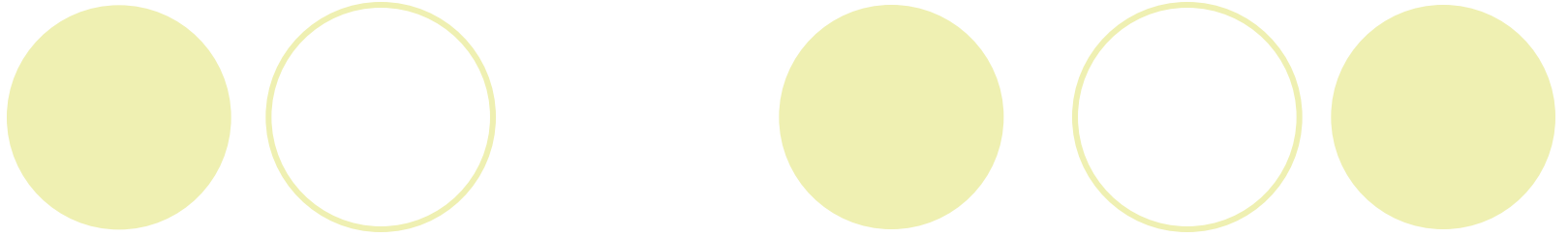
- Teori peluru ini merupakan konsep awal sebagai efek komunikasi massa yang oleh para teoritis komunikasi tahun 1970-an dinamakan pula hypodermic needle theory yang dapat diterjemahkan sebagai teori jarum hipodermik (lihat Bab III mengenai komunikasi massa).
- Teori ini ditampilkan padatahun 1950-an setelah peristiwa penyiaran kaleidoskop stasiun radio CBS di Amerika berjudul "The Invasion From Mars".
- Wilbur Schramm pada tahun 1950-an itu mengatakan bahwa seorang komunikator dapat menembakkan peluru komunikasi yang begitu ajaib kepada khalayak yang pasif-tidak berdaya.



- Tetapi kemudian dalam karya tulisnya yang diterbitkan pada awal tahun 1970-an Schramm meminta kepada para peminatnya agar teori peluru komunikasi itu dianggap tidak ada, sebab khalayak yang menjadi sasaran media massa itu ternyata tidak pasif.
- Pernyataan Schramm tentang pencabutan teorinya itu didukung oleh Paul Lazarsfeld dan Raymond Bauer. Lazarsfeld mengatakan bahwa jika khalayak diterpa peluru komunikasi, mereka tidak jatuh terjerembab.
- Kadang-kadang peluru itu tidak menembus. Adakalanya pula efek yang timbul berlainan dengan tujuan si penembak. Seringkali pula khalayak yang dijadikan sasaran senang untuk ditembak.



- Sementara itu Raymond Bauer menyatakan bahwa khalayak sasaran tidak pasif. Mereka bandel (stubborn). Secara aktif mereka mencari yang diinginkan dari media massa. Jika menemukannya, lalu melakukan interpretasi sesuai dengan predisposisi dan kebutuhannya.
- Sejak tahun 1960-an banyak penelitian yang dilakukan para pakar komunikasi yang ternyata tidak mendukung teori peluru tadi. Kini timbul apa yang dinamakan limited effect model atau model efek terbatas, antara lain hasil penelitian Hovland yang dilakukan terhadap tentara dengan menayangkan film.
- Hovland mengatakan bahwa pesan komunikasi efektif dalam menyebarkan informasi, tetapi tidak dalam mengubah perilaku.



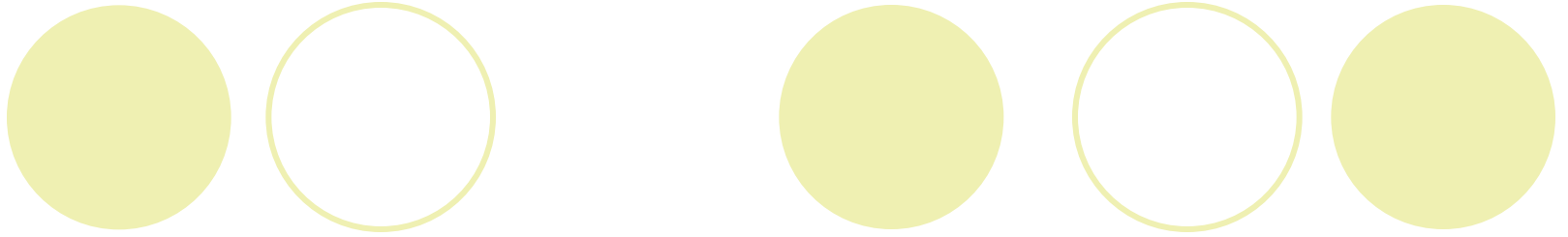
- Penelitian Cooper dan Jahoda" pun menunjukkan bahwa persepsi selektif dapat mengurangi efektivitas sebuah pesan; dan penelitian Lazarsfeld dan kawan-kawan terhadap kegiatan pemilihan umum menampakkan bahwa hanya sedikit saja orang-orang yang dijadikan sasaran kampanye pemilihan umum yang terpengaruh oleh komunikasi massa.



TEORI-TEORI KOMUNIKASI PADA TAHAP SELANJUTNYA



Riche Cynthia



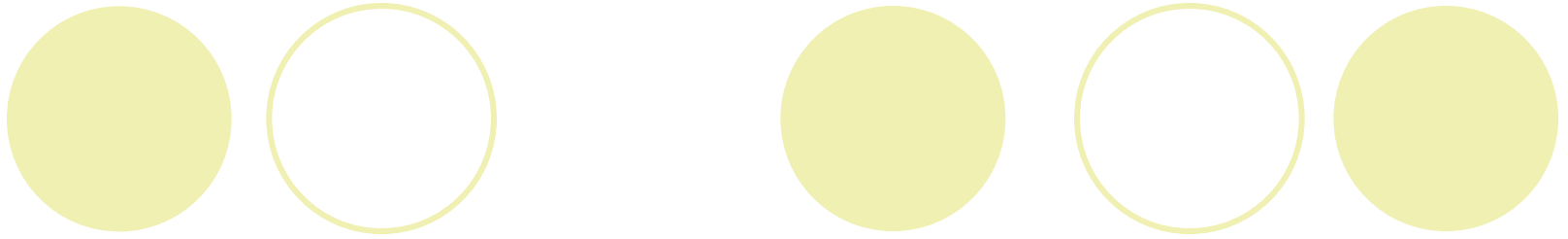
- Teori-teori komunikasi berlangsung secara sinambung, dalam arti kata suatu teori yang digunakan sebagai landasan pemikiran dalam suatu penelitian atau dipakai sebagai pendekatan dalam menelaah suatu fenomena, bisa merupakan teori lama yang ditampilkan seorang cendekiawan satu dekade atau dua dekade sebelumnya. bahkan lebih lama daripada itu.
- Berikut ini adalah teori-teori komunikasi yang umumnya berkaitan dengan media massa yang sejak tahun 1950-an semakin canggih, sehingga dampaknya pun semakin kuat dan luas.

1. Four Theories of the Press (Empat Teori Pers)

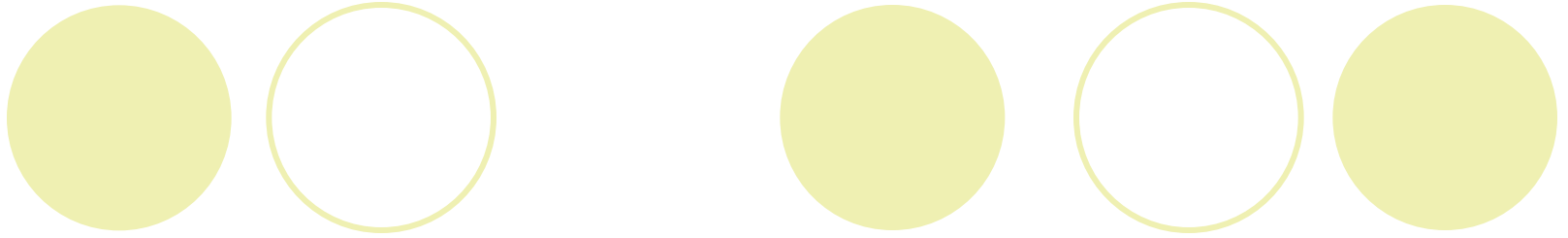
- Tiga orang cendekiawan Amerika, masing-masing Fred S. Siebert, Theodore Peterson dan Wilbur Schramm pada tahun 1956 menerbitkan sebuah buku dengan judul "Four Theories of the Press".
- Buku tersebut mengupas empat buah sistem pers yang berlaku di berbagai negara di dunia, yaitu masing-masing Authoritarian Theory, Libertarian Theory, Soviet Communist Theory, dan Social Responsibility Theory.
- Pada mulanya keempat teori tersebut memang teori pers, tetapi kemudian seiring dengan perkembangan media massa yang meliputi radio siaran, televisi siaran, film teatrikal, dan lain-lain, maka teori itu menjadi teori media massa.
- Dengan lain perkataan teori pers yang semula hanya mengenai pers dalam arti sempit kini menjadi pengertian pers dalam arti luas, yang kalau dikaitkan dengan kegiatannya, tidak hanya jurnalistik cetak, tetapi juga jurnalistik elektronik.

a. Authoritarian Theory (Teori Otoriter)

- Teori otoriter yang acapkali disebut pula sistem otoriter berkaitan erat dengan sistem pengawasan terhadap media massa yang daya pengaruhnya dinilai amat kuat, sehingga pers dijuluki the fourth estate (kekuasaan keempat) dan radio siaran dijuluki the fifth estate (kekuasaan kelima) setelah lembaga legislatif, eksekutif, dan yudikatif, masing-masing diakui sebagai kekuasaan pertama, kedua dan ketiga.
- Aplikasi teori ini dimulai pada abad 16 di Inggris, Prancis dan Spanyol, yang pada zaman berikutnya meluas ke Rusia, Jerman, Jepang, dan negara-negara lain di Asia dan Amerika Latin.



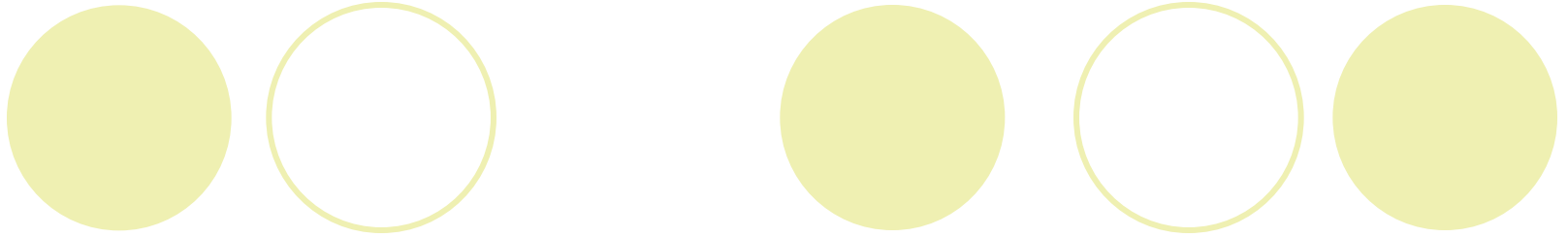
- Menurut Fred S. Siebert teori otoriter menyatakan bahwa hubungan antara media massa dengan masyarakat ditentukan oleh asumsi-asumsi filsafati yang mendasar tentang manusia dan negara.
- Dalam hal ini tercakup : (1) sifat manusia, (2) sifat masyarakat, (3) hubungan antara manusia dengan negara, dan (4) masalah filsafati yang mendasar, sifat pengetahuan dan sifat kebenaran.
- Teori otoriter mengenai fungsi dan tujuan masyarakat menerima dalil-dalil yang menyatakan bahwa pertama-tama seseorang hanya dapat mencapai kemampuan secara penuh jika ia menjadi anggota masyarakat. Sebagai individu lingkup kegiatannya benar-benar terbatas, tetapi sebagai anggota masyarakat kemampuannya untuk mencapai suatu tujuan dapat ditingkatkan tanpa batas. Atas dasar asumsi inilah, kelompok lebih penting daripada individu, karena hanya melalui kelompok seseorang dapat mencapai tujuannya.



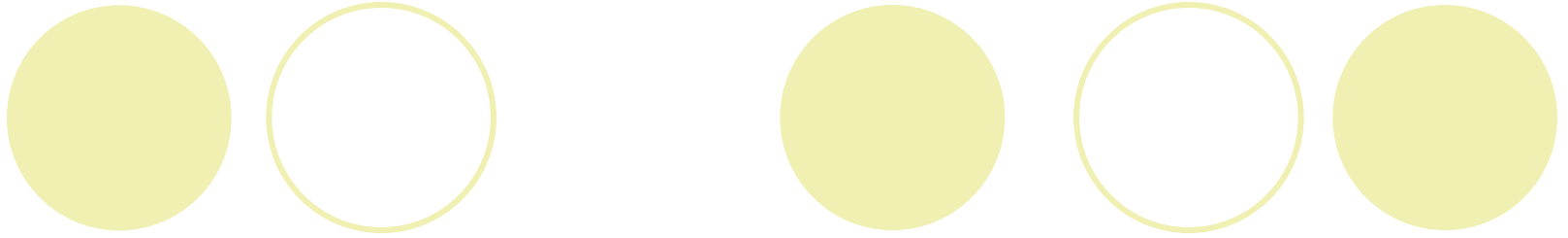
- Teori tersebut telah mengembangkan proposisi bahwa negara sebagai organisasi kelompok dalam tingkat paling tinggi telah menggantikan individu dalam hubungannya dengan derajat nilai, karena tanpa negara seseorang tak berdaya untuk mengembangkan dirinya sebagai manusia beradab. Kebergantungan seseorang pada negara untuk mencapai peradaban telah menjadi unsur utama bagi sistem otoriter.

b. Libertarian Theory (Teori Liberal)

- Seperti halnya teori Otoriter, Teori Liberal juga dikemukakan oleh Fred S, Siebert. Ditegaskan olehnya bahwa untuk memahami prinsip-prinsip pers di bawah pemerintahan demokratik, seseorang harus memahami filsafat dasar dari liberalisme yang dikembangkan pada abad 17 dan 18.
- Prinsip-prinsip filsafat liberal seperti halnya otoriterisme didasarkan pada jawaban terhadap pertanyaan mengenai sifat manusia, sifat masyarakat dan hubungan manusia dengannya, serta sifat pengetahuan dan kebenaran.



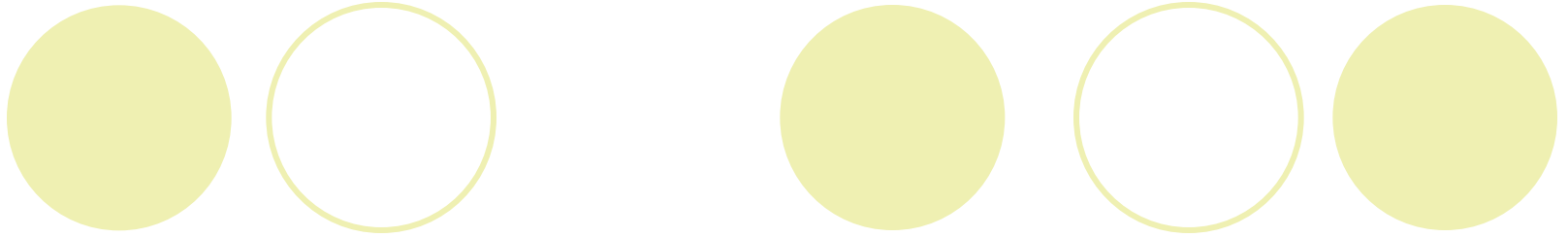
- Manusia menurut paham liberalisme adalah hewan berbudi pekerti dan merupakan tujuan bagi dirinya sendiri. Kebahagiaan dan kesejahteraan seseorang adalah tujuan masyarakat; dan manusia sebagai organisme berpikir mampu mengorganisasikan dunia sekelilingnya dan mampu membuat keputusan-keputusan untuk memajukan kepentingannya.
- Perbedaan manusia dengan hewan adalah dalam kemampuannya dalam berpikir, mengingat-ingat, memanfaatkan pengalaman dan meng-ambil kesimpulan. Disebabkan kemampuannya yang khas inilah, maka manusia itu khas. Ia adalah selain unit utama dari peradaban, juga penerus peradaban. Oleh karena itu, maka pemuasan perorangan menjadi tujuan akhir manusia, masyarakat dan negara.



- Bagi kehidupan pers abad 18 merupakan abad yang penting dalam hubungannya dengan paham liberalis itu. Pada abad tersebut terdapat dua hal penting, yakni pertama, perihal fitnah yang mengandung hasutan; dan kedua, perihal hak pers untuk memberitakan kebijaksanaan pemerintah.
- Perjuangan untuk mengakui prinsip-prinsip liberal yang mempengaruhi pers itu. mencapai puncaknya dengan diformulasikan dan diterimanya Bill of Rights yang mencakup peraturan-peraturan yang menetapkan kebebasan pers, meski tidak tegas sehingga menimbulkan berbagai interpretasi. Dari sejumlah butir yang tercakup oleh Bill of Rights itu, hanya satu butir yang tampaknya diterima tanpa interpretasi, yakni bahwa kebebasan pers tidak mutlak, melainkan dapat dikenakan pembatasan yang bagaimana yang dapat dikenakan pembatasan; tetapi pembatasan yang bagaimana yang dapat dikenakan kepada pers, dalam liberalisme menjadi permasalahan.

Fungsi pers menurut teori liberal dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Mengabdikan kepada sistem politik dengan menyajikan informasi, diskusi dan debat mengenai peristiwa umum;
- b. Menyebarkan penerangan kepada khalayak agar mampu memerintah sendiri;
- c. Mengawal hak-hak asasi pribadi dengan mengabdikan kepadanya sebagai penjaga dalam menghadapi pemerintah;
- d. Mengabdikan kepada sistem ekonomi, terutama dengan jalan mempersatukan para pembeli dan penjual barang dan jasa melalui media periklanan;
- e. Menyajikan hiburan;
- f. Mengusahakan dana bagi kebutuhan sendiri sehingga bebas dari tekanan pihak yang berkepentingan.

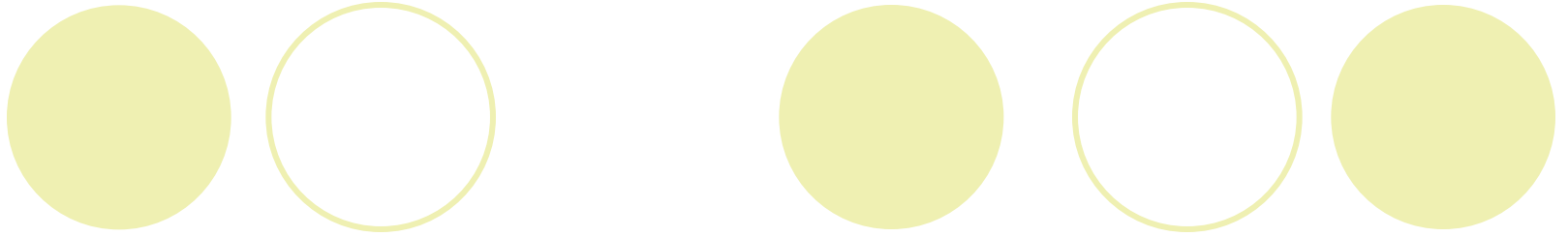


- Teori liberal menitikberatkan superioritasnya pada prinsip kebebasan perorangan, penilaian dan aksioma bahwa kebenaran, jika diberi kebebasan, akan muncul sebagai pemenang dalam setiap perjuangan. Slogannya adalah proses tegakkan diri (selfrighting process) dan wahana pertukaran gagasan (market place of ideas), ia telah menjadi bagian integral dari jajaran demokrasi yang telah menghasilkan kemajuan yang menakjubkan bagi kesejahteraan umum manusia.
- Itu menurut paham liberalisme. Kenyataan menunjukkan bahwa sejak dekade 1970-an teori ini menjadi sasaran para peneliti. Rasionalisme telah diserang, khususnya oleh para ahli ilmu jiwa; teori hak-hak alamiah dikritik sebagai slogan persuasif semata-mata tanpa dasar politik dan sosial; dan hak perorangan dituding sebagai ancaman terhadap kesejahteraan mayoritas masyarakat.



c. Soviet Communist Theory (Teori Komunis Soviet)

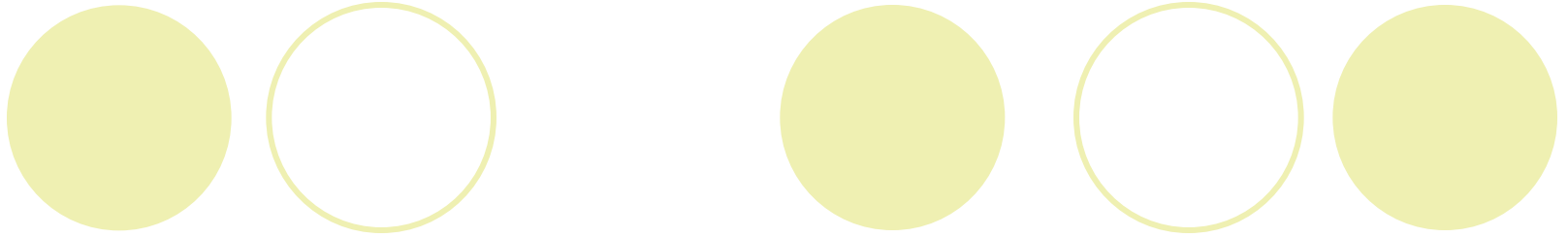
- Teori ini dikupas oleh Wilbur Schramm yang seperti dikatakan tadi terdapat dalam buku yang sama. yakni "Four Theories of the Press".
- Sudah tenlu, oleh karena media Massa di negara komunis itu dibahas dengan kaca mata Amerika yang orientasinya lain untuk tidak mengatakan bertentangan, maka subjektivitas bisa saja berpengaruh.
- Sebelum membicarakan kupasan Wilbur Schramm mengenai teori atau sistem pers/media massa di Uni Soviet itu, perlu ditegaskan kembali situasi politik di negara itu dewasa ini yang sudah tentu amat berpengaruh terhadap sistem pers dan media massa.



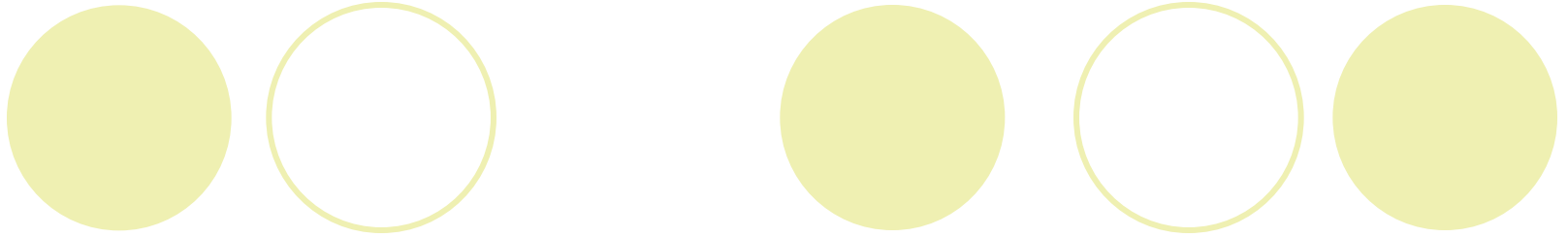
- Seperti telah dinyatakan pada Bab IV pada dekade 1980-an akibat terjadinya glasnost dan perestroika sebagai hasil pemikiran Gorbachev, di negara tirai besi itu terjadi semacam kebebasan yang sebelumnya belum pernah dirasakan. Hingga kini belum diketahui sistem pers/media massa di negara itu, mungkin sistem Neo-Marxisme.
- Kita mengetahui bahwa negara-negara yang menganut komunisme itu relatif banyak, baik di Eropa, Asia, maupun Amerika Latin. Walaupun di Rusia terjadi perubahan sistem politik yang berpengaruh terhadap sistem pers, belum tentu terjadi perubahan di negara-negara komunis lainnya.



- Oleh karena itu ditinjau dan sudut ilmu pengetahuan para mahasiswa perlu mengetahui paparan Wilbur Schramm mengenai Teori Pers Komunis Soviet tersebut.
- Schramm dalam kupasannya itu mencoba menyelusuri dari akarnya. yakni pemikiran Karl Marx melalui pertumbuhan di zaman Lenin dan Stalin. Seperti diketahui pemikiran Marx dipengaruhi oleh konsep dialektika dari Hegel, di mana dua kekuatan yang bertentangan (tese dan antitesa) mengubah perbedaannya menjadi sintese.
- Pada gilirannya sintese ini monjadi suatu tese baru yang ditentang oleh antitesa baru, yang kemudian menimbulkan sintese baru. Demikian seterusnya sepanjang sejarah.



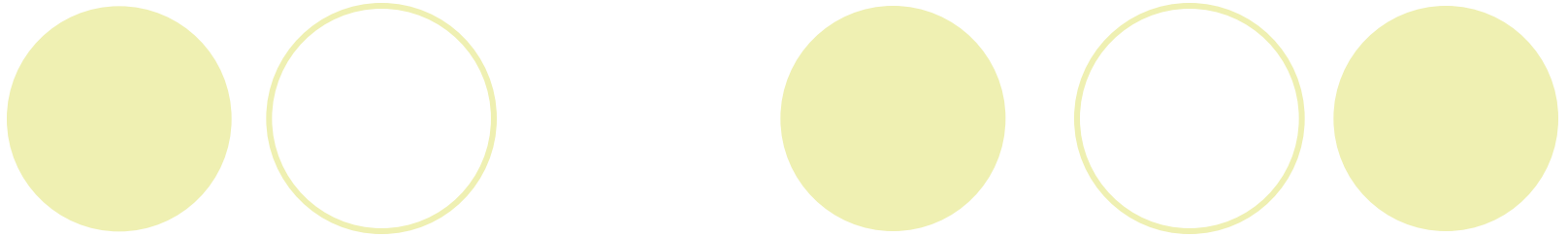
- Schramm mengatakan bahwa sumbangan besar dari Marx adalah penjungkirbalikan dialetika Hegel. Jadi Marx membuat dialetikanya realistik, kebalikan dari idealistik. Dia menyatakan bahwa kondisi hidup yang bersifat material terutama cara manusia mengelola hidupnya dan jenis kehidupan yang ia kelola menentukan idea manusia. Dengan lain perkataan, ekonomi, sistem kekuatan produktif, dan hubungan produktif merupakan faktor sentral bagi kehidupan manusia, suatu fakta yang menentukan sifat kehidupan masyarakat.
- Mengenai hal itu akan lebih jelas bila kita simak pemikirannya mengenai komunikasi massa. Ia berpendapat bahwa pengawasan terhadap media massa harus berpijak pada mereka yang memiliki fasilitas; sarana percetakan, stasiun siaran, dan lain-lain. Selama kelas kapitalis mengawasi fasilitas fisik ini, kelas buruh tidak akan mempunyai akses pada saluran-saluran komunikasi. Kelas buruh harus mempunyai sarana komunikasi sendiri.



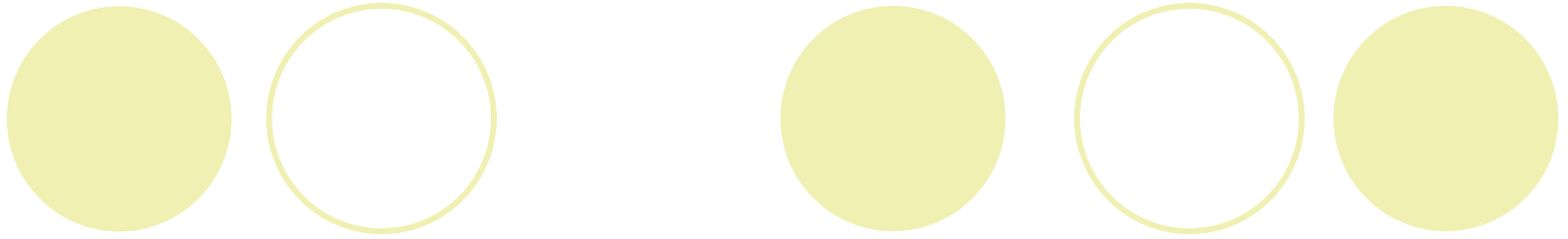
- Demikian pula kaum buruh harus berpikir bahwa kebebasan pers yang sebenarnya tidak akan ada kecuali dalam masyarakat tanpa kelas, di mana kelas kerja telah merebut perlengkapan komunikasi dan tidak takut lagi akan pengawasan para pemilik berjuis.
- Mengenai kebebasan pers, meskipun memang tercantum dalam Pasal 125 Konstitusi USSR, tetapi dinilai oleh orang-orang Barat sebagai kebebasan pers yang beda dengan yang berlaku di negara-negara non komunis.
- Konsep kebebasan pers di Uni Soviet adalah kebebasan negatif, yakni kebebasan dari, sedangkan konsep kebebasan pada sistem tanggung jawab sosial adalah kebebasan positif, yaitu kebebasan untuk. Jika dikatakan bahwa pers/media massa di Uni Soviet itu bebas, bukan bebas untuk menyatakan pendapat, melainkan bebas dari kapitalisme, individualisme, borjuasi dan anarki.

d. Social Responsibility Theori (Teori Tanggung Jawab Sosial)

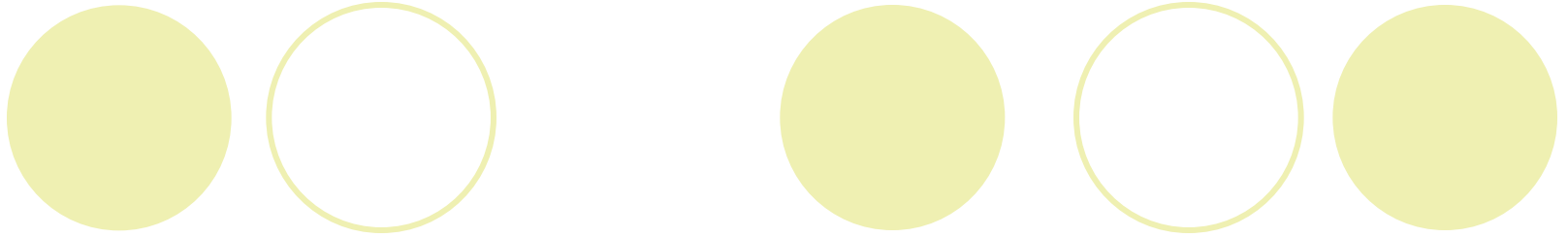
- Teori tanggung jawab sosial yang dibahas dalam buku "Four Theories of the Press" oleh Theodore Peterson, dinyatakan sebagai pergeseran dari Teori Liberal.
- Dasar pemikiran utama dari teori ini ialah bahwa kebebasan dan kewajiban berlangsung secara beriringan, dan pers yang menikmati kedudukan dalam pemerintahan yang demokratis, berkewajiban untuk bertanggung jawab kepada masyarakat dalam melaksanakan fungsi-fungsi tertentu yang hakiki.
- Fungsi-fungsi pers dalam Teori Tanggung Jawab Sosial pada dasarnya adalah sama dengan fungsi dalam Teori Liberal yang telah diterangkan tadi, tetapi Teori Tanggung Jawab Sosial merefleksikan ketidakpuasannya mengenai interpretasi terhadap fungsi-fungsi tersebut beserta pelaksanaannya yang dilakukan para pemilik dan petugas pers.



- Kritik Teori Tanggung Jawab Sosial terhadap Teori Liberal itu muncul sebagai konsekuensi dari timbulnya revolusi industri dan revolusi teknologi yang mengubah wajah dan gaya hidup Amerika yang kemudian mempengaruhi sifat pers.
- Dikembangkannya Teori Tanggung Jawab Sosial itu adalah sebagai akibat dari kritik-kritik yang tajam dan gencar terhadap kegiatan pers, terutama pada abad 20.
- Sebagai tanggapan terhadap kritik-kritik yang dianggap amat berarti bagi kehidupan negara, masyarakat dan pers itu sendiri, maka dibentuklah Commission on Freedom of the Press. Komisi Kemerdekaan Pers itu telah merumuskan lima persyaratan pers yang menurut analisis Theodore Peterson adalah sebagai berikut:



- **Syarat pertama**, memberitakan peristiwa-peristiwa sehari-hari yang benar, lengkap dan berpekerti dalam konteks yang mengandung makna.
- **Syarat kedua**, memberikan pelayanan sebagai forum untuk saling tukar komentar dan kritik.
- **Syarat ketiga**, memproyeksikan gambaran yang mewakili kelompok inti dalam masyarakat.
- **Syarat keempat**, bertanggung jawab atas penyajian disertai penjelasan mengenai tujuan dan nilai-nilai masyarakat.
- **Syarat kelima**, mengupayakan akses sepenuhnya pada peristiwa-peristiwasehari-hari.



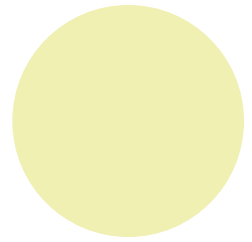
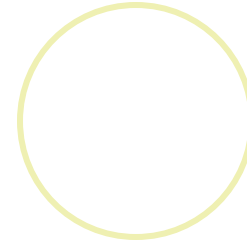
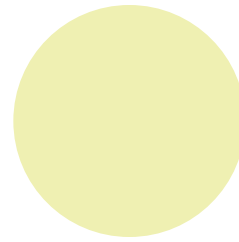
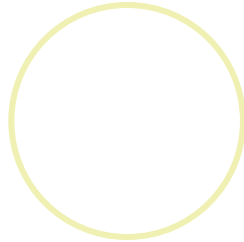
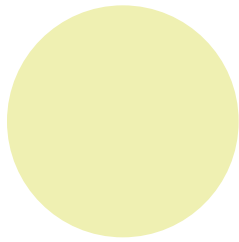
- Demikianlah lima syarat sebagai ciri dari Teori Tanggung Jawab Sosial.
- Teori ini seperti halnya Teori Liberal, menganut prinsip kebebasan, tetapi antara kedua teori tersebut terdapat perbedaan yang hakiki.
- Mengenai hal ini Peterson mengatakan bahwa Teori Liberal dilahirkan dari konsep kemerdekaan negatif, yang secara gamblang dapat didefinisikan sebagai kebebasan dari, dan secara lebih tegas lagi kebebasan dari pengekangan eksternal: sedangkan Teori Tanggung jawab Sosial berpijak pada konsep kemerdekaan positif, yakni kebebasan untuk, yang menghendaki menjadi sarana untuk mencapai tujuan yang diinginkan.



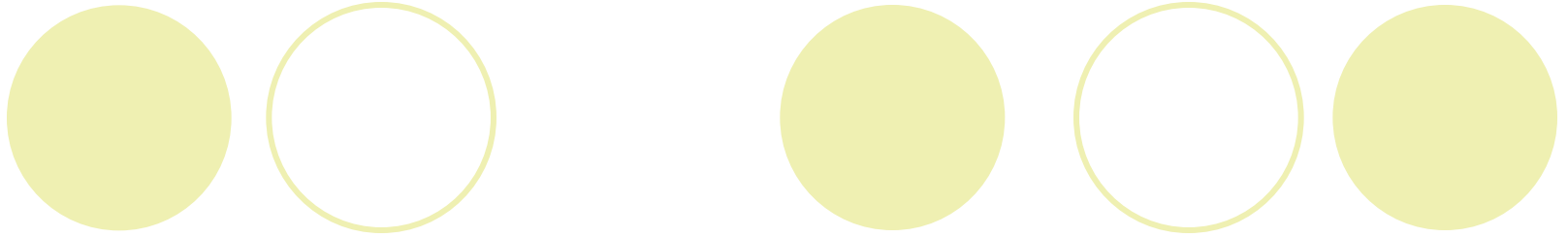
- Teori Tanggung Jawab Sosial yang di negara demokrasi merupakan teori baru dengan titik berat pada tanggung jawab pers itu, dianggap sebagai pengganti teori liberal murni yang dinilai sebagai teori yang usang.
- Demikian teori keempat dari rangkaian Empat Teori Pers yang ditampilkan oleh Siebert, Peterson dan Schramm yang terdiri dari Authoritarian Theory, Libertarian Theory, Soviet Communist Theory, dan yang barusan dipaparkan Social Responsibility Theory.
- Buku yang berjudul "Four Theories of the Press" yang mengupas empat teori itu menyatakan bahwa sebenarnya hanya ada dua teori, yaitu authoritarian dan libertarian, sedangkan yang dua lainnya hanyalah pengembangan dan modifikasi dari yang dua tersebut.



- Pemikiran ketiga pakar itu dikritik oleh Ralph Lowenstein pada tahun 1971 dengan mengatakan bahwa teori-teori itu tidak fleksibel dan tidak dapat diaplikasikan pada semua sistem pers (Menil, 1991 : 16).
- Dalam bukunya "Media, Messages, and Men" Lowenstein menyarankan "pendekatan dua-deretan bertingkat" (two-tiered approach) yang mengidentifikasi tips kepemilikan dan filsafat.
- Mengenai kepemilikan, media dapat dimiliki pribadi (private owned) yang didukung oleh periklanan dan langganan, atau dimiliki oleh partai-partai politik, atau dimiliki oleh pemerintah.
- Mengenai filsafat pers, Lowenstein juga berpegang pada pendapat Siebert-Peterson-Schramm, yaitu istilah "authoritarian" dan "libertarian", namun dua lainnya ia modifikasikan. Istilah "Soviet Communist" ia ganti menjadi social-centralist untuk menggeser nilai-nilai negatif dari istilah aslinya dan juga untuk memperluasnya. "sosial" mengandung orientasi kolektivistis dari sistem komunis, dan "sentralis" mengandung realitas dari sifat panduan secara sentral dari sistem pers Marxist.



- Istilah "social responsibility" menjadi social libertarian untuk meng-hindarkan diri dari sifat dwiarti dari istilah original dan untuk merefleksikan akar-akar teori libertarian.
- Pada tahun 1979 Lowenstein memperbaiki daftar filsafat pers untuk bukunya cetakan kedua bukunya "Media, Messages, and Men". "Social-centralist" kini menjadi social-authoritarian untuk lebih memperjelas hubungan antara sistem pers di negara-negara blok Timur dengan filsafat otoritarian.
- Lowenstein kemudian menambah istilah kelima pada daftar-nya, yakni social centralist. Istilah ini tidak untuk membingungkan dengan istilah yang sama yang terlebih dahulu dipergunakan untuk menunjukkan sistem-sistem pada negara-negara blok Komunis. Pers yang termasuk social centralist system adalah pers, baik dimiliki pemerintah maupun lembaga umum, yang merasa perlu untuk "menjamin jiwa operasional dari filsafat libertarian" (to assure the operational spirit of the libertarian philosophy).



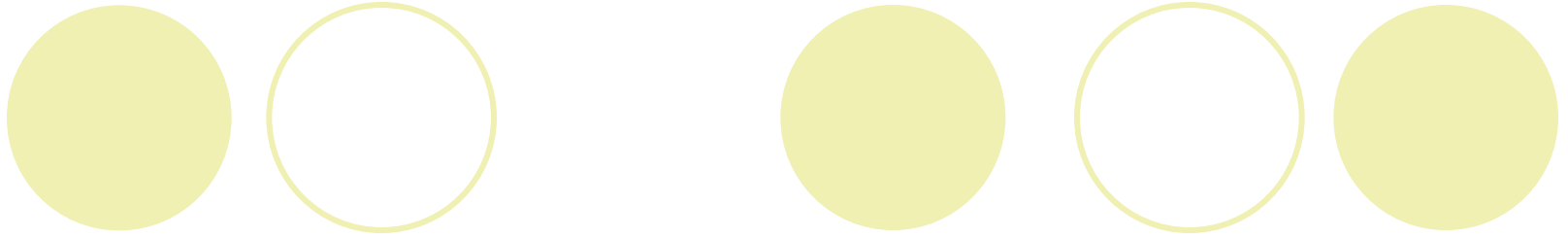
- Dalam pada itu William Hachten pada tahun 1981 melalui karyanya "The World News Prism" mengajukan five-concept typologi dengan berpegang pada ideologi otoritarian dan komunis beserta kombinasi libertarian dan tanggung jawab sosial ke dalam Konsep Barat, dan menambah dua teori baru : revolutionary dan developmental (Merril, 1991 : 18).
- Hachten mendefinisikan "konsep revolusioner" sebagai penggunaan komunikasi massa secara illegal dan subversif untuk menggulingkan pemerintah. Sebagai contoh Hachten menyebut penggunaan kaset audio dan fotokopi oleh para pendukung Ayatollah Khomeini dalam upayanya untuk menggulingkan Shah Iran.
- Kritik terhadap Empat Teori Pers ini selanjutnya akan dikupas lebih jelas pada Bab X Filsafat Komunikasi.

2. Individual Differences Theory (Teori Perbedaan Individual)

- Nama teori yang diketengahkan oleh Melvin D. Defleur ini lengkapnya adalah "Individual Differences Theory of Mass Communication Effect".
- Jadi teori ini menelaah perbedaan-perbedaan di antara individu-individu sebagai sasaran media massa ketika mereka diterpa sehingga menimbulkan efek tertentu.
- Menurut teori ini individu-individu sebagai anggota khalayak sasaran media massa secara selektif, menaruh perhatian kepada pesan-pesan -- terutama jika berkaitan dengan kepentingannya -- konsisten dengan sikap-sikapnya, sesuai dengan kepercayaannya yang didukung oleh nilai-nilainya. Tanggapannya terhadap pesan-pesan tersebut diubah oleh tata-nan psikologisnya. Jadi, efek media massa pada khalayak massa itu tidak seragam, melainkan beragam disebabkan secara individual berbeda satu sama lain dalam struktur kejiwaannya.



- Anggapan dasar dari teori ini ialah bahwa manusia amat bervariasi dalam organisasi psikologisnya secara pribadi.
- Variasi ini sebagian dimulai dari dukungan perbedaan secara biologis, tetapi ini dikarenakan pengetahuan secara individual yang berbeda.
- Manusia yang dibesarkan dalam lingkungan yang secara tajam berbeda, menghadapi titik-titik pandangan yang berbeda secara tajam pula.
- Dan lingkungan yang dipelajarinya itu, mereka menghendaki seperangkat sikap, nilai, dan kepercayaan yang merupakan tatanan psikologisnya masing-masing pribadi yang membedakannya dari yang lain.



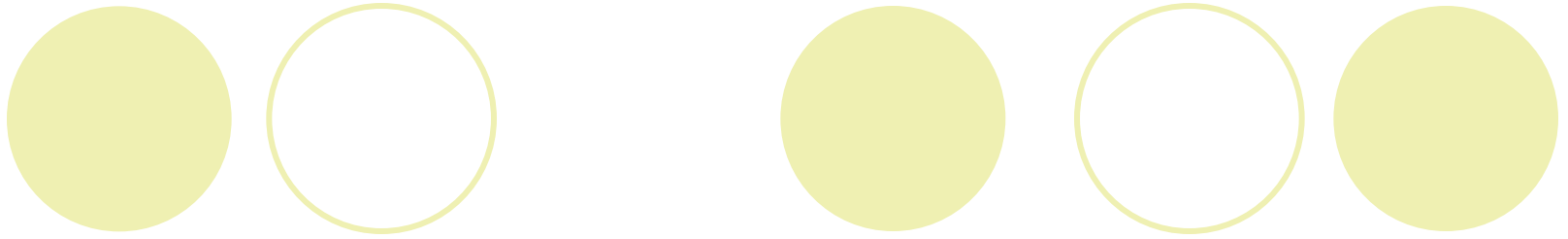
- Teori perbedaan individual ini mengandung rangsangan-rangsangan khusus yang menimbulkan interaksi yang berbeda dengan watak-watak perorangan anggota khalayak.
- Oleh karena terdapat perbedaan individual pada setiap pribadi anggota khalayak itu, maka secara alamiah dapat diduga akan muncul efek yang bervariasi sesuai dengan perbedaan individual itu.
- Tetapi dengan berpegang tetap pada pengaruh variabel-variabel kepribadian (yakni menganggap khalayak memiliki ciri-ciri kepribadian yang sama) teori tersebut tetap akan memprediksi keseragaman tanggapan terhadap pesan tertentu (jika variabel antara bersifat seragam).

3. Social Categories Theory (Teori Kategori Sosial)

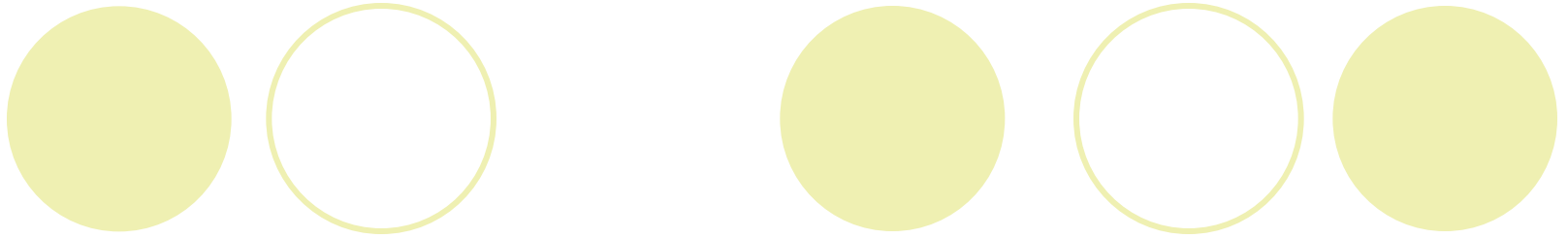
- Melvin L. DeFleur selaku pakar yang menampilkan teori ini mengatakan bahwa Teori Kategori Sosial kadang-kadang tumpang tindih dengan Teori Perbedaan Individual, tetapi berasal dari sumber yang secara disipliner amat berbeda.
- Teori Kategori Sosial menyatakan adanya perkumpulan-perkumpulan, kebersamaan-kebersamaan atau kategori-kategori sosial pada masyarakat urban-industrial yang perilakunya ketika diterpa perangsang-perangsang tertentu hampir-hampir seragam.
- Ciri-cirinya adalah misalnya usia, seks, pendapatan, pendidikan, per-mukiman atau pertalian yang bersifat religius. Sebagai ilustrasi dalam hubu'ngannya dengan komunikasi massa, dapat disebut antara lain majalah model yang amat jarang dibeli oleh kaum pria; sebaliknya artikel mengenai permainan catur amat langka dibaca kaum wanita.



- Asumsi dasar dari Teori Kategori Sosial ialah teori sosiologis yang menyatakan bahwa meskipun masyarakat modern sifatnya heterogen, penduduk yang memiliki sejumlah ciri yang sama akan mempunyai pola hidup tradisional yang sama.
- Persamaan gaya, orientasi dan perilaku akan berkaitan dengan suatu gejala seperti pada media massa dalam perilaku yang seragam.
- Anggota-anggota dari suatu kategori tertentu akan memilih pesan komunikasi yang kira-kira sama, dan menanggapiya dengan cara yang hampir sama pula.
- Teori Kategori Sosial merupakan formula yang lebih bersifat penjelasan daripada pembahasan, tetapi sejauh dapat digunakan sebagai landasan untuk prediksi kasar dan sebagai pedoman untuk penelitian, teori tersebut dapat berfungsi sebagai teori sederhana untuk studi media massa.



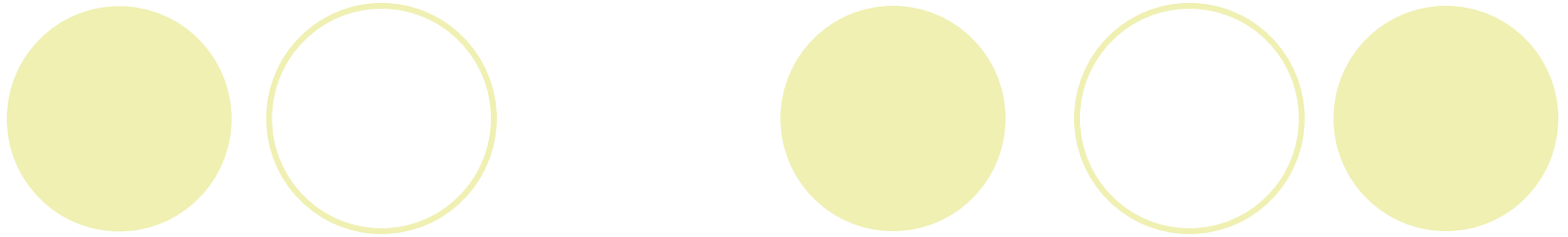
- Dalam kaitannya dengan Teori Perbedaan Individual ditegaskan oleh DeFleur bahwa jika Teori Perbedaan Individual menyajikan pandangan mengenai proses komunikasi yang lebih konsisten dengan penemuan-penemuan dari psikologi umum, maka Teori Kategori Sosial konsisten dengan dan tampaknya berasal dari sosiologi umum mengenai massa.
- Apabila keduanya diambil akan membawa teori kontemporer mengenai komunikasi massa ke suatu titik di mana baik perbedaan sosial (social differentiation) dari teori sosiologi, maupun perbedaan individual dari teori psikologi, perlu diperhitungkan.
- Kedua teori itu mewakili modifikasi dari S-R, yakni teori Stimulus Response atau teori rangsangan tanggapan yang bersifat mekanistik, di satu sisi mengganti proses psikologis yang laten, dan di sisi lain mengganti keseragaman dalam kategori sosial se-bagai variabel antara rangsangan dan tanggapan komunikasi.



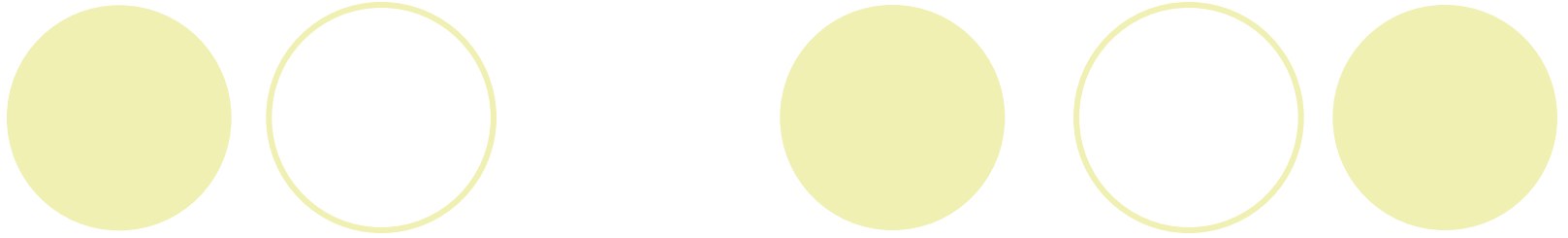
- Dalam kaitannya dengan teori itu, DeFleur mengutip formula Lasswell yang terkenal itu, yang menurut DeFleur merupakan paduan dari kedua teori tadi dengan variabel-variabel situasional terkait. Seperti telah diterangkan, menurut Lasswell cara yang tepat untuk menjelaskan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan-pertanyaan: "Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect".
- DeFleur selanjutnya mengatakan bahwa seraya kedua teori komunikasi massa itu tetap berguna dan kontemporer, diperlukan tambahan seperangkat variabel antara, yakni antara rangsangan media dengan tanggapan khalayak. Elaborasi tambahan bagi formula S-R itu menunjukkan pengakuan akan peranan pola-pola interaksi antara para anggota khalayak sasaran komunikasi.

4. Social Relationships Theory (Teori Hubungan Sosial)

- Teori yang diketengahkan juga oleh Melvin DeFleur ini menunjukkan bahwa hubungan sosial secara informal berperan penting dalam mengubah perilaku seseorang ketika diterpa pesan komunikasi massa.
- Kenyataan menunjukkan bahwa berdasarkan hasil penelitian di Amerika, ternyata bahwa orang-orang yang diterpa media massa jumlahnya terbatas. Kebanyakan penduduk memperoleh informasi mengenai kampanye pemilihan umum dari orang-orang lain yang mendapat informasi pertama dari media massa.
- Suatu penelitian menemukan adanya semacam kegiatan informasi melalui dua tahapan dasar. Pertama, informasi bergerak dari media kepada orang-orang yang secara relatif banyak pengetahuannya (well informed); Kedua, informasi bergerak dari orang-orang itu melalui saluran antarpribadi (interpersonal channels) mereka yang kurang diterpa media dan banyak bergantung pada orang lain mengenai suatu informasi. Situasi komunikasi seperti ini dikenal sebagai arus komunikasi dua tahap (two step flow of communication).



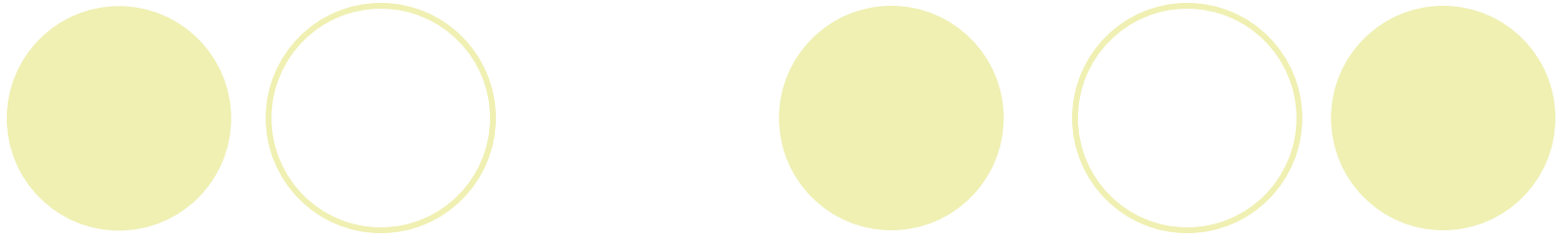
- Orang yang sering terlibat dalam komunikasi dengan media massa itu disebut pemuka pendapat sebagai terjemahan dari opinion leader, karena segera dijumpai bahwa mereka berperan penting dalam membantu pembentukan pengumpulan suara dalam rangka pemilihan umum. Mereka tidak hanya meneruskan informasi, tetapi juga interpretasi terhadap pesan komunikasi yang mereka terima. Sejenis pengaruh pribadi (personal influence) ini segera diakui sebagai arus komunikasi dua tahap (two step flow of communication).
- Orang yang sering terlibat dalam komunikasi dengan media massa itu disebut pemuka pendapat sebagai terjemahan dari opinion leader, karena segera dijumpai bahwa mereka berperan penting dalam membantu pembentukan pengumpulan suara dalam rangka pemilihan umum. Mereka tidak hanya meneruskan informasi, tetapi juga interpretasi terhadap pesan komunikasi yang mereka terima. Sejenis pengaruh pribadi (personal influence) ini segera diakui sebagai mekanisme antara yang penting, yang beroperasi antara pesan komunikasi massa (kampanye) dengan tanggapan (perilaku pemilihan) terhadap pesan itu.



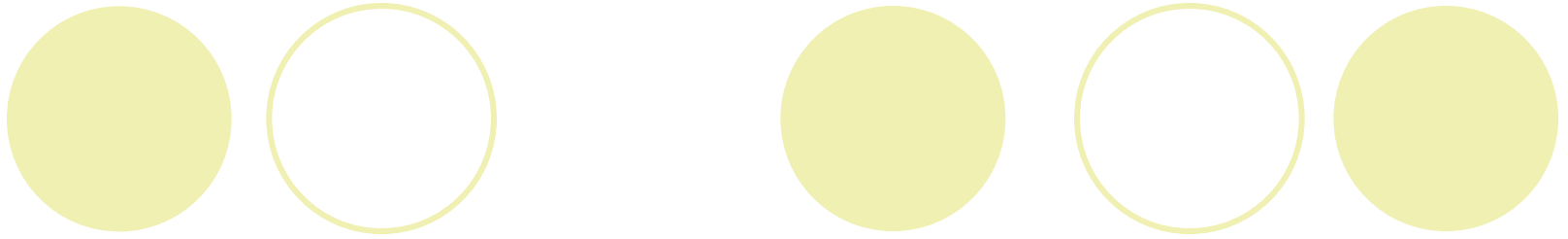
- Situasi komunikasi yang merupakan hasil penelitian seperti yang dilakukan oleh Lazarsfeld, Berelson dan Gaudet tahun 1940 di Erie County, Ohio, Amerika Serikat. dan yang menjadi landasan teori DeFleur ini juga telah dilakukan dalam bidang kehidupan lainnya, misalnya di kalangan petani.
- Di situ tampak bahwa adopsi teknologi baru dalam bidang pertanian merupakan proses yang erat kaitannya dengan proses komunikasi massa. Masyarakat tani merupakan masyarakat di mana keluarga tani secara individual memiliki keterkaitan sosial yang kuat dengan tetangga-tetangganya. Jika suatu gagasan baru datang dari luar, interpretasi yang diberikan para tetangga bisa merupakan hal yang penting tetapi, kritis dalam menentukan berlangsungnya adopsi.

5. Cultural Norms Theory (Teori Norma Budaya)

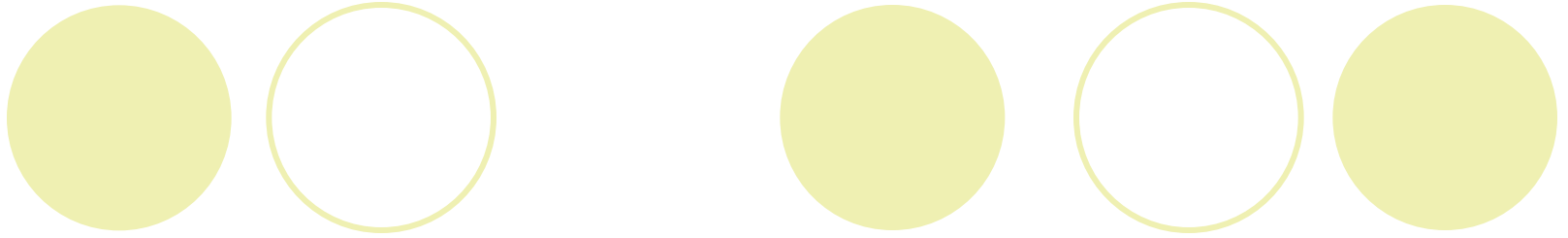
- Teori Norma Budaya menurut Melvin DeFleur hakikatnya adalah bahwa media massa melalui penyajiannya yang selektif dan penekananannya pada tema-tema tertentu, menciptakan kesan-kesan pada khalayak di mana norma-norma budaya umum mengenai topik yang diberi bobot itu, dibentuk dengan cara-cara tertentu.
- Oleh karena itu perilaku individual biasanya dipandu oleh norma-norma budaya mengenai suatu hal tertentu, maka media komunikasi secara tidak langsung akan mempengaruhi perilaku.
- Dalam hubungan ini terdapat paling sedikit tiga cara di mana media secara potensial mempengaruhi situasi dan norma bagi individu-individu.



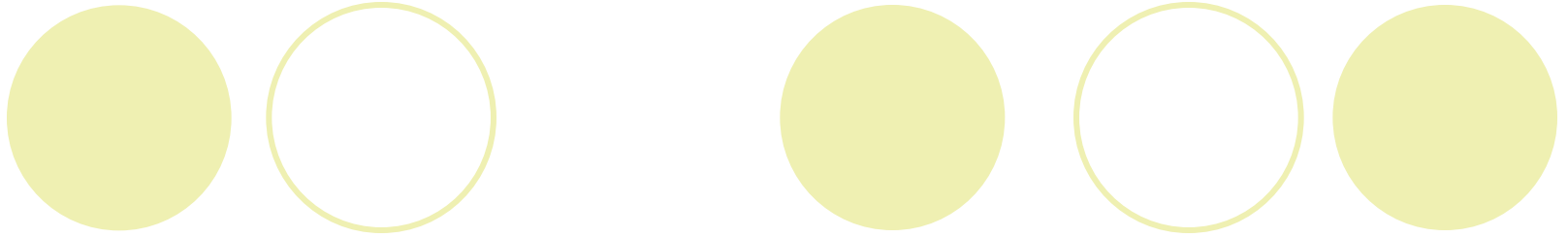
- **Pertama**, pesan komunikasi massa akan memperkuat pola-pola yang sedang berlaku dan memandu khalayak untuk percaya bahwa suatu bentuk sosial tertentu tengah dibina oleh masyarakat.
- **Kedua**, media komunikasi dapat menciptakan keyakinan baru mengenai hal-hal di mana khalayak sedikit banyak telah memiliki pengalaman sebelumnya.
- **Ketiga**, komunikasi massa dapat mengubah norma-norma yang tengah berlaku dan karenanya mengubah khalayak dari suatu bentuk perilaku menjadi bentuk perilaku yang lain.



- Mengenai hubungan yang potensial antara media massa dengan norma, DeFleur menunjuk karya Lazarsfeld dan Merton tentang fungsi media dalam memperkuat norma. Dikatakannya bahwa media beroperasi secara perlahan-lahan dan mengikuti norma umum yang berkaitan dengan cita rasa dan nilai, ketimbang membawanya ke bentuk-bentuk baru. Jadi media massa memperkuat status quo ketimbang menciptakan norma-norma baru atau mengubah pola-pola terlembaga secara mendalam.
- Dalam pada itu kadang-kadang media massa menggalakkan bentuk-bentuk baru dari perilaku yang diterima oleh masyarakat secara luas. Dengan lain perkataan, dalam situasi-situasi tertentu media massa menciptakan norma-norma budaya baru. Mengenai hal ini tampak pada media surat kabar, radio, televisi dan film. Media tersebut menampilkan banyak bentuk baru dari hiburan, bahkan interaksi di kalangan keluarga.



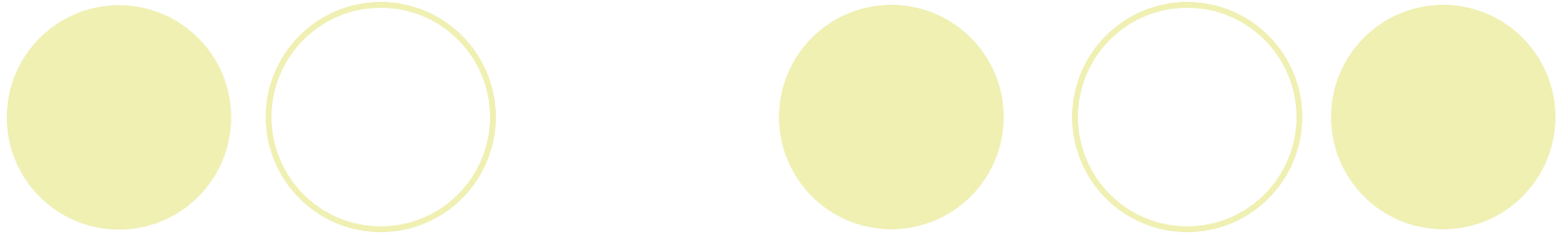
- Persoalan apakah media massa dapat mengubah khalayak dari suatu bentuk perilaku yang sudah mapan menjadi bentuk perilaku lain melalui perubahan situasi, merupakan masalah yang pelik.
- Suatu aliran pemikiran tertentu menyangkal bahwa media massa memiliki kekuatan untuk mengubah perilaku yang sudah mapan. Tetapi dalam hubungan ini DeFleur mengatakan bahwa pemikiran penelitian jangan ditutup dahulu dengan persoalan seperti itu.
- Dikemukakannya suatu contoh, yakni kampanye media massa yang disponsori American Cancer Society (Perhimpunan Kanker Amerika) yang bertujuan mengubah perilaku untuk meninggalkan kebiasaan merokok. Pertanda menunjukkan bahwa norma-norma yang sudah sangat mapan dan merupakan kebiasaan yang me-luas itu, mulai berubah sedikit demi sedikit. Adalah pertama kali dalam sejarah, pada tahun 1968 itu, jumlah perokok di Amerika menjadi berkurang dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.



- Contoh lain yang berkaitan dengan Teori Norma Budaya ini adalah masalah prasangka ras di Amerika, di mana orang kulit putih memandang orang Negro manusia kotor dan jorok, sehingga yang layak bagi mereka hanyalah pekerjaan sebagai pelayan, tukang membersihkan sepatu, buruh ladang, bahkan sebagai narapidana. Sedikit demi sedikit prasangka itu mulai menghilang, sehingga istilah Negro kini hampir tidak terdengar lagi, diganti menjadi Black American.
- Dari contoh-contoh tersebut tampak bahwa peranan media massa dalam kaitannya dengan norma budaya tidak diragukan.

6. Social Learning Theory (Teori Belajar Secara Sosial)

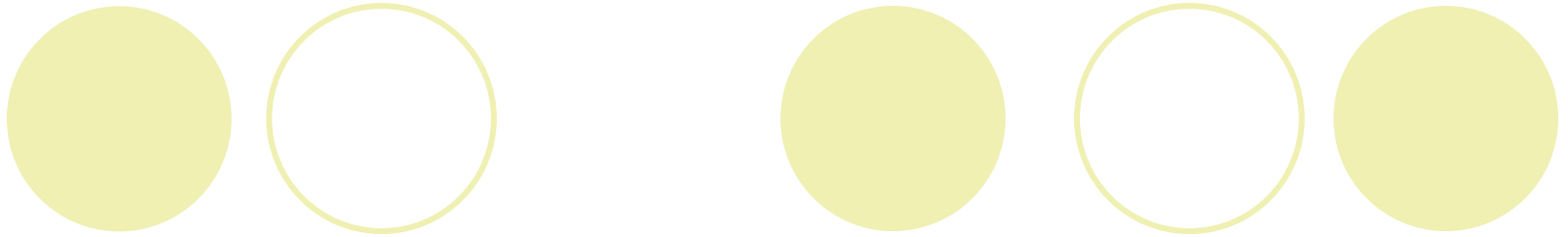
- Social Learning Theory yang ditampilkan oleh Albert Bandura ini mengkaji proses belajar melalui media massa sebagai tandingan terhadap proses belajar secara tradisional.
- Teori belajar secara tradisional menyatakan bahwa belajar terjadi dengan cara menunjukkan tanggapan (response) dan mengalami efek-efek yang timbul. Penentu utama dalam belajar adalah penegasan (reinforcement), di mana tanggapan akan diulangi (jadi dipelajari) jika organisme mendapat ganjaran (reward). Tanggapan tidak akan diulangi kalau organisme mendapat hukuman (punishment) atau bila tanggapan tidak memimpinkannya ke tujuan yang dikehendaki. Jadi, perilaku diatur secara eksternal oleh kondisi stimulus yang ditimbulkan oleh kondisi-kondisi penegasan.
- Teori belajar secara tradisional akhir-akhir ini mendapat banyak kritikan dengan berbagai alasan, dua di antaranya yang relevan dengan diskusi media massa adalah sebagai berikut.



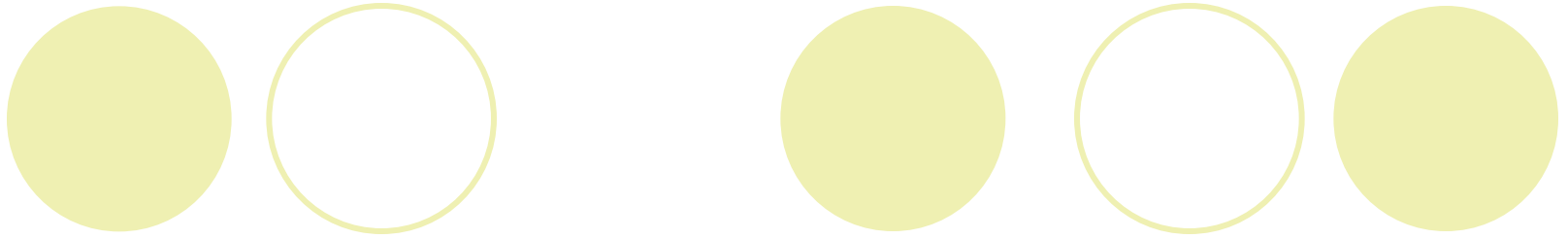
- **Pertama**, dalam bentuk yang paling radikal (yang menunjukkan sebagai behaviorisme yang radikal) teori belajar tersebut merendahkan manusia menjadi robot yang secara total dikontrol oleh lingkungan.
- Teori belajar yang sifatnya radikal itu tidak meng-anggap adanya kemungkinan pengaruh-pengaruh motif dan kognisi dari organisme terhadap belajar karena prosesnya tidak dapat diatasi secara langsung. Jadi belajar merupakan proses yang mekanistik. Tanggapan-tanggapan dipelajari secara otomatis dan tanpa disadari.



- **Kedua**, behaviorisme radikal hanya dapat menerangkan sebagian kecil dari perilaku kita setiap hari. Sejak teori ini menyatakan bahwa belajar hanya bisa terjadi melalui "coba dan salah (trial and error) mengenai pengalaman langsung, banyak perilaku yang kita pelajari tidak dapat dipertanggungjawabkan.
- Kebanyakan kecenderungan tanggapan kita dipelajari pertama-tama bukan hasil pengalaman nyata secara langsung, melainkan hasil pengamatan terhadap orang lain atau karena instruksi orang lain. Pengamatan ini bisa langsung, misalnya melaksanakan perilaku secara nyata, atau tak langsung seperti ketika mengamati perilaku yang dipertunjukkan oleh media massa (Tan, 1981 : 204).



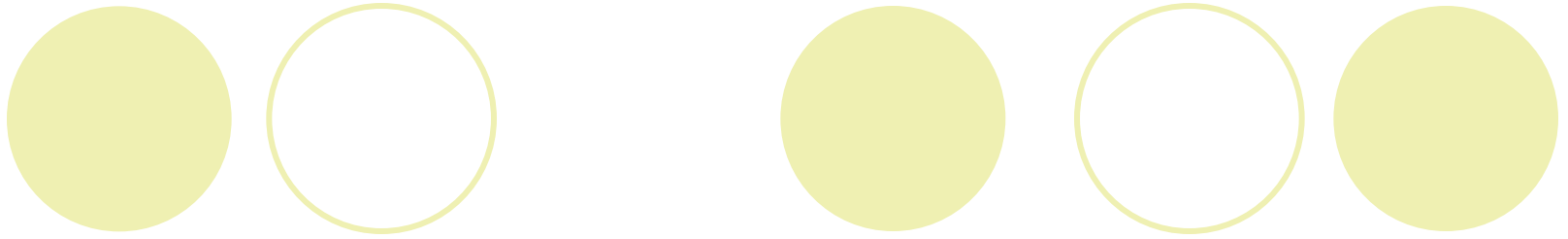
- Titik permulaan dari proses belajar adalah peristiwa yang bisa diamati, baik langsung maupun tidak langsung, oleh seseorang.
- Peristiwa tersebut mungkin terjadi pada kegiatan si orang itu sehari-hari, dapat pula disajikan secara langsung oleh televisi, buku, film, dan media massa lain. Peristiwa itu bisa merupakan penunjukan nyata suatu perilaku (seperti perilaku agresif pada novel) atau ilustrasi pola pikir (abstract modelling atau model yang diabstraksikan). Perilaku nyata dipelajari dari observasi perilaku tersebut, sedangkan sikap, nilai, pertimbangan moral, dan persepsi terhadap kenyataan sosial dipelajari melalui abstract modelling.
- Albert Bandura menyatakan bahwa social learning theory menganggap media massa sebagai agen sosialisasi yang utama di samping keluarga, guru di sekolah, dan sahabat karib.



- Dalam belajar secara sosial langkah pertama adalah perhatian (attention) kepada suatu peristiwa.
- Jelas bahwa kita tidak dapat belajar dari suatu peristiwa kecuali kalau kita menaruh perhatian kepadanya dan secara saksama mencerna hal-hal penting yang dicakupnya. Setiap hari kepada kita hadapkan ratusan peristiwa, tetapi yang mana yang kita perhatikan, dan mengapa?
- Perhatian kepada suatu peristiwa ditentukan oleh karakteristik peristiwa itu (atau rangsangan yang dimodelkan) dan karakteristik si pengamat. Peristiwa yang jelas dan sederhana akan mudah menarik perhatian dan karenanya mudah dimodelkan.



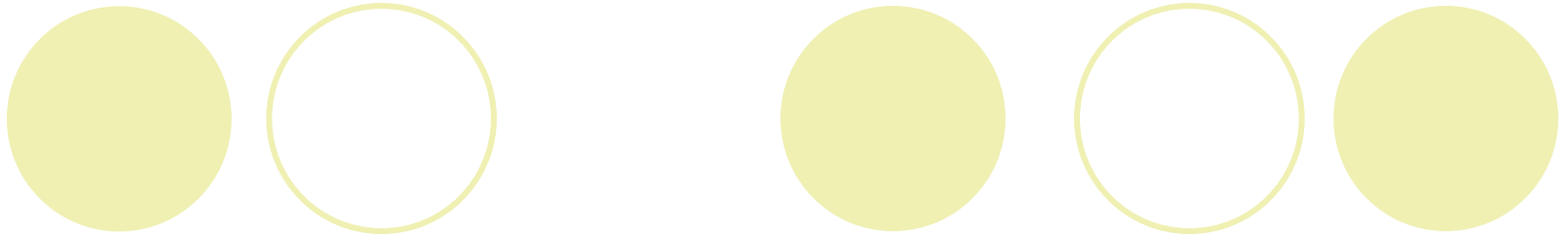
- Mengenai ciri-ciri pengamat yang menentukan perhatian adalah antara lain kemampuan seseorang dalam proses informasi, umur, intelegensi, daya persepsi, dan taraf emosional. Orang yang emosional, misalnya marah, penasaran, atau takut, akan lebih atentif terhadap suatu rangsangan tertentu.
- Menurut social learning theory itu sesudah langkah pertama, attentional process (proses atensi atau perhatian) tadi, berikutnya adalah retention process (proses retensi), dilanjutkan oleh motor reproduction process (proses reproduksi motor), dan yang terakhir motivational process (proses motivasional).
- Pada langkah kedua, yakni proses retensi tadi, peristiwa yang menarik perhatian dimasukkan ke dalam benak dalam bentuk lambang secara verbal atau imajinal sehingga menjadi ingatan (memory).



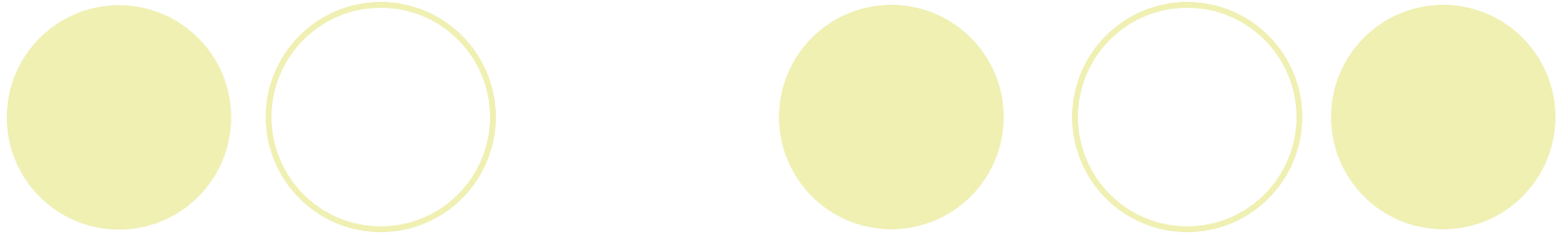
- Pada langkah ketiga, motor reproduction process, hasil ingatan tadi akan meningkat menjadi bentuk perilaku. Kemampuan kognitif dan kemampuan motorik pada langkah ini berperan penting. Reproduksi yang saksama biasanya merupakan produk "trial and error" di mana umpan balik turut mempengaruhi.
- Langkah terakhir, motivasional process, menunjukkan bahwa perilaku akan berwujud apabila terdapat nilai peneguhan. Peneguhan dapat berbentuk ganjaran eksternal, pengamatan yang menunjukkan bahwa bagi orang lain ganjaran disebabkan perilaku yang sama, serta ganjaran internal, misalnya rasa puas diri. (Bandura, 1977 : 209 - 210).

7. Diffusion of Innovations Model (Model Difusi Inovasi)

- Model difusi inovasi akhir-akhir ini banyak digunakan sebagai pendekatan dalam komunikasi pembangunan, terutama di negara-negara berkembang termasuk Indonesia.
- Di antara pemikiran-pemikiran para pakar adalah yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers yang menulis buku berjudul "Diffusion of Innovations" dan "Communication Technology, the New Media in Society" serta bersama F.Floyd Shoemaker menulis buku "Communication of Innovations".
- Dari buku-buku Rogers tersebut dapat disimak pengertian difusi, unsur-unsur difusi, ciri-ciri inovasi, langkah-langkah dalam proses inovasi keputusan dan lain sebagainya.



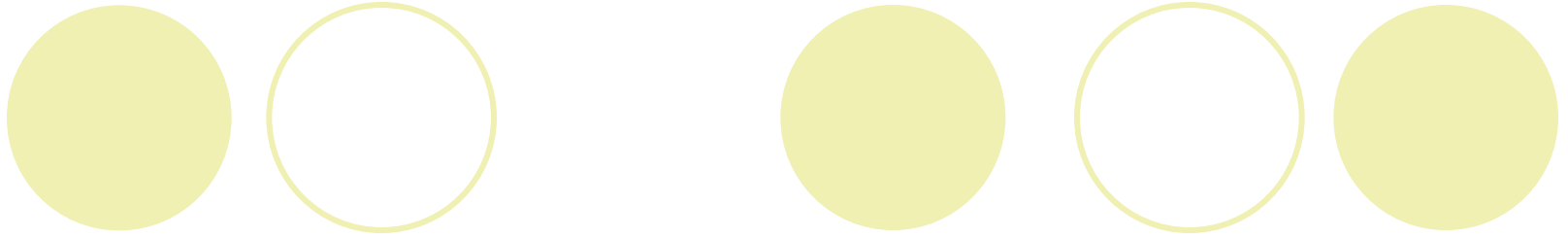
- Rogers mendefinisikan difusi sebagai proses di mana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di antara para anggota suatu sistem sosial (the process by which an innovation is communicated through certain channels overtime among the members of a social system).
- Difusi adalah suatu jenis khusus komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru. Sedangkan komunikasi didefinisikan sebagai proses di mana para pelakunya menciptakan informasi dan saling pertukaran informasi tersebut untuk mencapai pengertian bersama.
- Di dalam isi pesan itu terdapat ketermasaan (newness) yang memberikan kepada difusi ciri khusus yang menyangkut ketidakpastian (uncertainty).
- Ketidakpastian adalah suatu derajat di mana sejumlah alternatif dirasakannya berkaitan dengan suatu peristiwa beserta kemungkinan-kemungkinan pada alternatif tersebut. Derajat ketidakpastian oleh seseorang akan dapat dikurangi dengan jalan memperoleh informasi.



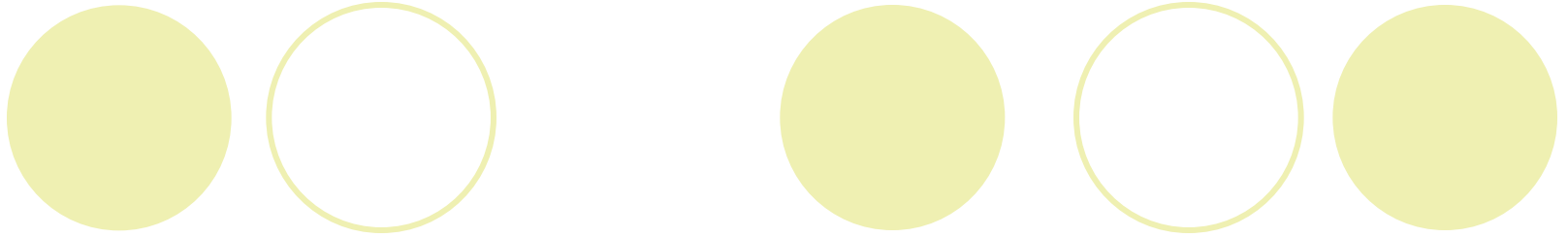
- Unsur-unsur utama difusi ide adalah : (1) inovasi, (2) yang dikomunikasikan melalui saluran tertentu, (3) dalam jangka waktu tertentu, (4) di antara para anggota suatu sistem sosial. Inovasi adalah suatu ide, karya, atau objek yang dianggap baru oleh seseorang.
- Ciri-ciri inovasi yang dirasakan oleh para anggota suatu sistem sosial menentukan tingkatan adopsi.

Lima ciri inovasi menurut Rogers adalah sebagai berikut (1983 : 35) :

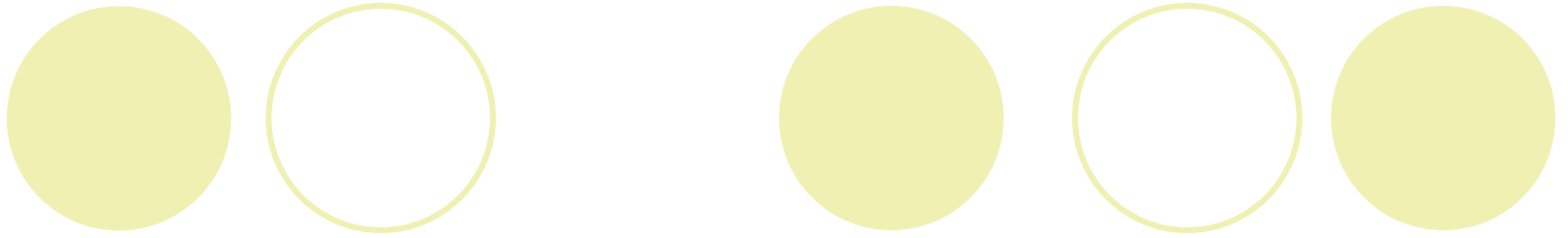
- a. Relative Advantage (keuntungan relatif)
- b. Compatibility (kesesuaian)
- c. Complexity (Kerumitan)
- d. Trialability (kemungkinan dicoba)
- e. Observability (kemungkinan diamati)



- **Relative Advantage** adalah suatu derajat dengan mana inovasi dirasakan lebih baik daripada ide lain yang menggantikannya. Derajat keuntungan relatif tersebut dapat diukur secara ekonomis, tetapi faktor prestasi sosial, kenyamanan dan kepuasan juga merupakan unsur penting.
- **Compatibility** adalah suatu derajat dengan mana inovasi dirasakan ajeg atau konsisten dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman dan kebutuhan mereka yang melakukan adopsi.
- **Complexity** adalah mutu derajat dengan mana inovasi dirasakan sukar untuk dimengerti dan dipergunakan.
- **Trialability** adalah mutu derajat dengan mana inovasi dapat dieksperimentasikan pada landasan yang terbatas.
- **Observability** adalah suatu derajat dengan mana inovasi dapat disaksikan oleh orang lain.



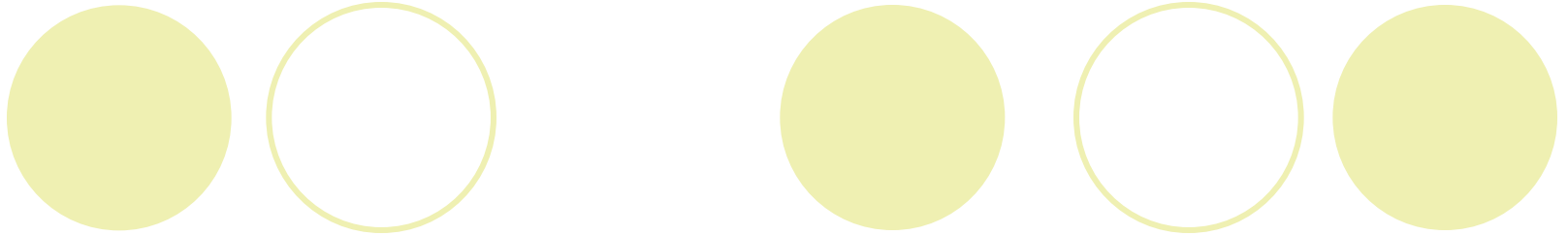
- Mengenai saluran komunikasi sebagai sarana untuk menyebarkan inovasi, Rogers menyatakan bahwa media massa lebih efektif untuk menciptakan pengetahuan tentang inovasi, sedangkan saluran antarpribadi lebih efektif dalam pembentukan dan percobaan sikap terhadap terhadap ide baru, jadi dalam upaya mempengaruhi keputusan untuk melakukan adopsi atau menolak ide baru.
- Aspek lain dalam kegiatan difusi adalah apa yang dalam komunikasi dikenal sebagai heterophily dan homophily yang dalam buku ini telah dikupas pada Bab III, yakni pada Subbab Komunikasi Antarpribadi.



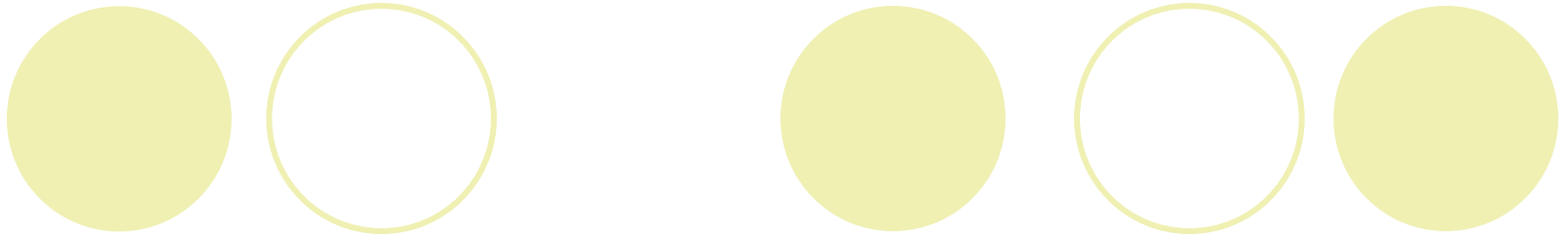
- Mengenai waktu sebagai salah satu unsur utama dari difusi ide baru itu meliputi tiga hal, yakni sebagai berikut:
 - 1) innovations-decision process (proses inovasi keputusan)
 - 2) innovativeness (keinovatifan)
 - 3) innovation's rate of adoption (tingkat inovasi dari adopsi)



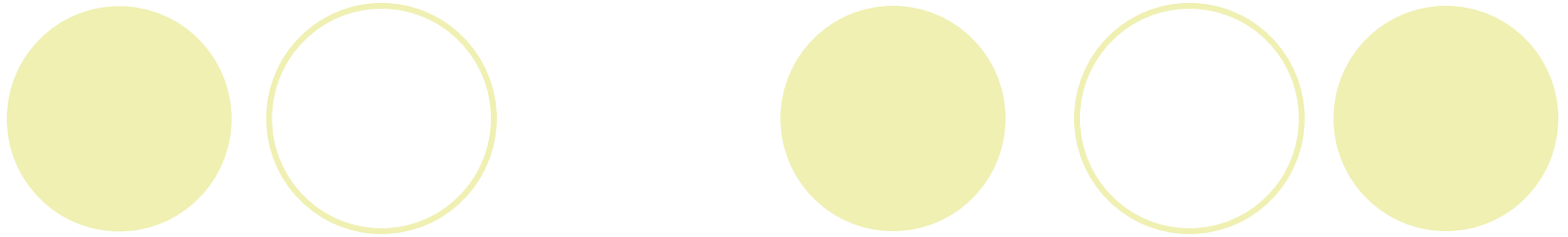
- Innovation decision process adalah proses mental di mana seseorang berlalu dari pengetahuan pertama mengenai suatu inovasi ke pembentukan sikap terhadap inovasi, keputusan menerima atau menolak. ke pelaksanaan idea baru, dan kepeneguhan keputusan itu.
- Ada lima langkah yang dikonseptualisasikan dalam proses ini, yakni:
 - a) knowledge (pengetahuan)
 - b) persuasion (persuasi)
 - c) decision (keputusan)
 - d) implementation (pelaksanaan)
 - e) confirmation (peneguhan)



- Dalam proses inovasi keputusan ini seseorang mencari informasi dalam beberapa langkah untuk mengurangi ketidakpastian mengenai inovasi.
- Pada langkah pengetahuan seseorang menerima informasi yang melekat pada inovasi teknologis; dia ingin mengetahui inovasi apa itu dan bagaimana kerjanya.
- Tetapi pada langkah persuasi dan keputusan, seseorang mencari informasi tentang penilaian inovasi untuk mengurangi ketidakpastian mengenai konsekuensi yang diharapkan dari inovasi itu.
- Langkah keputusan membawanya ke penerimaan (adopsi), keputusan untuk memanfaatkan inovasi itu sepenuhnya, atau ke penolakan, keputusan untuk menolak inovasi tersebut.



- Innovativeness adalah derajat dengan mana seseorang relatif lebih dini dalam mengadopsi ide-ide baru ketimbang anggota-anggota lain dalam suatu sistem sosial. Pengadopsi tersebut dikategorikan sebagai berikut:
 - 1) innovators (inovator)
 - 2) early adopters (pengadopsi dini)
 - 3) early majority (mayoritas dini)
 - 4) late majority (mayoritas terlambat)
 - 5) laggard (orang belakangan)



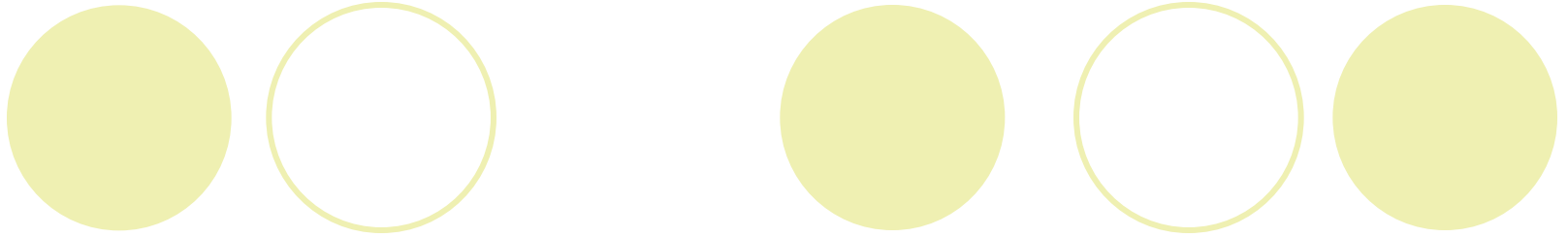
- Rate of adoption adalah kecepatan relatif dengan mana suatu inovasi diadopsi oleh anggota-anggota suatu sistem sosial.
- Rate of adoption atau tingkat adopsi biasanya diukur dengan waktu yang diperlukan untuk persentase tertentu dari para anggota sistem untuk mengadopsi suatu inovasi.
- Yang dimaksudkan sistem sosial adalah tatanan kesatuan yang menghubungkan satu sama lain dalam upaya pemecahan masalah dalam rangka mencapai tujuan tertentu. (Rogers, 1938: 36 - 37).

8. Agenda Setting Model (Model Penataan Agenda)

- Agenda setting model untuk pertamakali ditampilkan oleh M.E. McCombs dan D.L. Shaw dalam "Public Opinion Quarterly" terbitan tahun 1972, berjudul "The Agenda-Setting Function of Mass Media". Kedua pakar tersebut mengatakan bahwa "jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting".
- Tatkala mengadakan studi terhadap pemilihan Presiden Amerika Serikat tahun 1968 ditemukan korelasi yang tinggi antara penekanan berita dan bagaimana berita itu dinilai tingkatannya oleh para pemilih. Disimpulkan bahwa meningkatnya nilai penting suatu topik pada media massa menyebabkan meningkatnya nilai penting topik tersebut pada khalayak. Studi selanjutnya yang dilakukan McComb dan Shaw menunjukkan bahwa meski surat kabar dan televisi sama-sama mempengaruhi agenda politik pada khalayak, ternyata surat kabar pada umumnya lebih efektif dalam menata agenda ketimbang televisi. (Tan, 1981: 277)



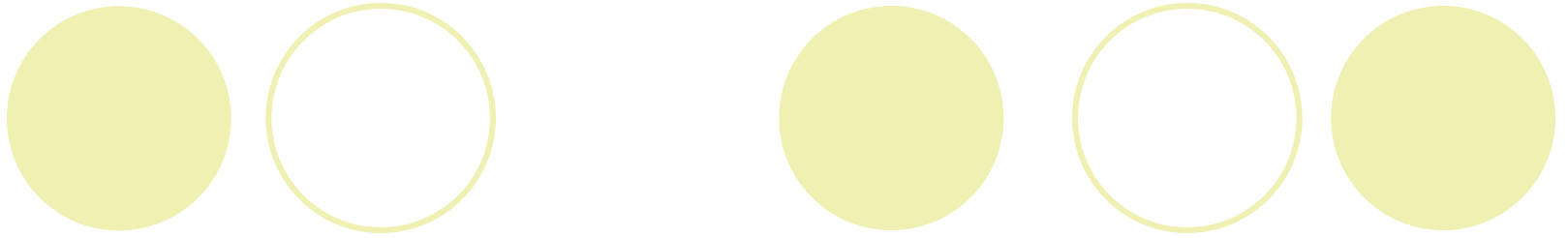
- Tetapi David H. Weaver dalam karyanya yang berjudul "Media Agenda Setting and Media Manipulation" pada tahun 1981 mengatakan bahwa pers sebagai media komunikasi massa tidak merefleksikan kenyataan, melainkan menyaring dan membentuknya seperti sebuah kaleidoskop yang menyaring dan membentuk cahaya (the press does not reflect reality, but rather filters and shapes it, much as a kaleidoscope filters and shapes it).
- Dalam hubungannya dengan gerakan kampanye dan pemilihan presiden di Amerika pada tahun 1976 itu, berita surat kabar dan televisi tidak hanya sekadar merefleksikan hal-hal, peristiwa-peristiwa dan argumen-argumen yang dikampanyekan, melainkan menyeleksi dan membentuknya menjadi bernilai berita (newsvalue) dan hanya sedikit saja yang tidak bernilai berita. Dalam pada itu para calon dalam pemilihan umum beserta kualitas citranya dalam pemberitaan diberi penekanan sehingga lebih menonjol bagi para pemilih ketimbang mereka yang tidak diberi penekanan.



- Mengenai agenda setting itu. Alexis S. Tan selanjutnya menyimpulkan bahwa media massa mempengaruhi kognisi politik dalam dua cara :
 - a. Media secara efektif menginformasikan peristiwa politik kepada khalayak;
 - b. Media mempengaruhi persepsi khalayak mengenai pentingnya masalah politik.
- Sementara itu Manhein dalam pemikirannya tentang konseptualisasi agenda yang potensial untuk memahami proses agenda setting menyatakan bahwa agenda setting meliputi tiga agenda, yaitu agenda media, agenda khalayak dan agenda kebijaksanaan.

Masing-masing agenda itu mencakup dimensi-dimensi sebagai berikut:

- 1) Untuk agenda media, dimensi-dimensi:
 - a) Visibility (visibilitas) (jumlah dan tingkat menonjolnya berita)
 - b) Audience salience (tingkat menonjol bagi khalayak) (relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak)
 - c) Valence (valensi) (menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa)



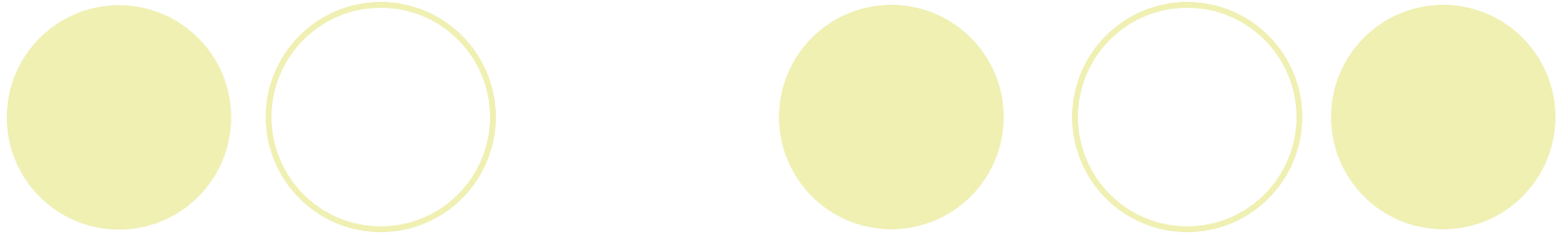
- 2) Untuk agenda khalayak, dimensi-dimensi
- a) Familiarity (keakraban (derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu))
 - b) Personal salience (penonjola pribadi (relevansi kepentingan dengan ciri pribadi))
 - c) Favorability (kesenangan) (pertimbangan senang atau tidak senang akan topik berita)



- 3) Untuk agenda kebijaksanaan, dimensi-dimensi :
- a) Support (dukungan) (kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu)
 - b) Likelihood of action (kemungkinan kegiatan) (kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan)
 - c) Freedom of action (kebebasan bertindak) (nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah).
- Konseptualisasi Manheim tersebut mendukung perkembangan teori agenda setting secara menyeluruh (Servin dan Tankard, Jr, 1922 : 226)

9. Uses and Gratifications Model (Model Kegunaan dan Kepuasan)

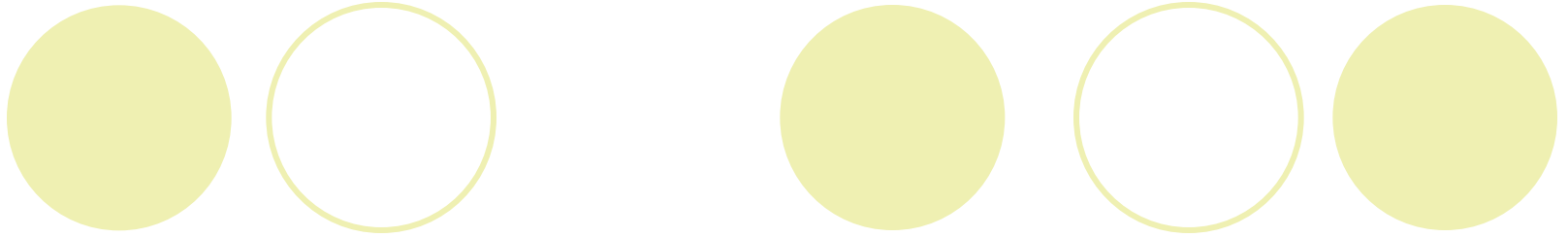
- Model ini merupakan pergeseran fokus dari tujuan komunikator ke tujuan komunikan. Model ini menentukan fungsi komunikasi massa dalam melayani khalayak.
- Pendekatan uses and gratifications untuk pertama kali dijelaskan oleh Elihu Katz (1959) dalam suatu artikel sebagai reaksinya terhadap pernyataan Bernard Berelson (1959) bahwa penelitian komunikasi tampaknya akan mati.
- Katz menegaskan bahwa bidang kajian yang sedang sekarat itu adalah studi komunikasi massa sebagai persuasi. Dia menunjukkan bahwa kebanyakan penelitian komunikasi sampai waktu itu diarahkan kepada penyelidikan efek kampanye persuasi pada khalayak.



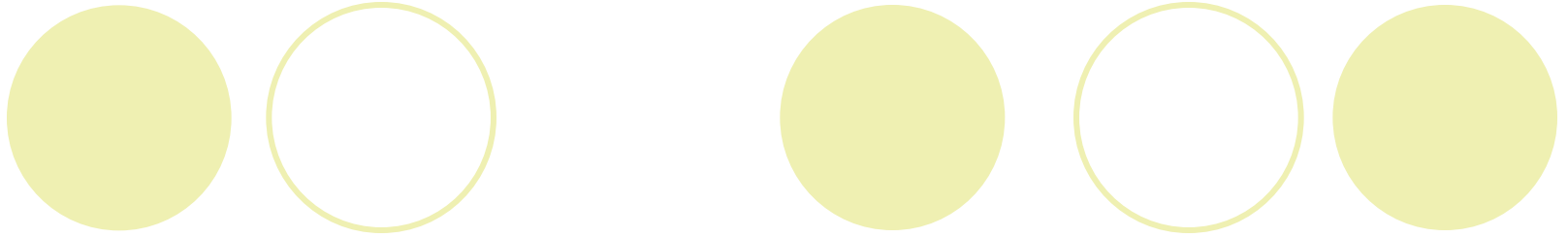
- Katz mengatakan bahwa penelitiannya diatahkan kepada jawaban terhadap pernyataan Apa yang dilakukan media untuk khalayak (What do the media do to people?) Kebanyakan penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi massa berpengaruh kecil terhadap khalayak yang dipersuasi; oleh karena itu para peneliti berbelok ke variabel-variabel yang menimbulkan lebih banyak efek, misalnya efek kelompok.
- Model uses and gratifications menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi peningkatan motivasi bagi kebutuhan yang tertuju kepada terpaan komunikasi massa.

10. Clozentropy Theory (Teori Clozentropy)

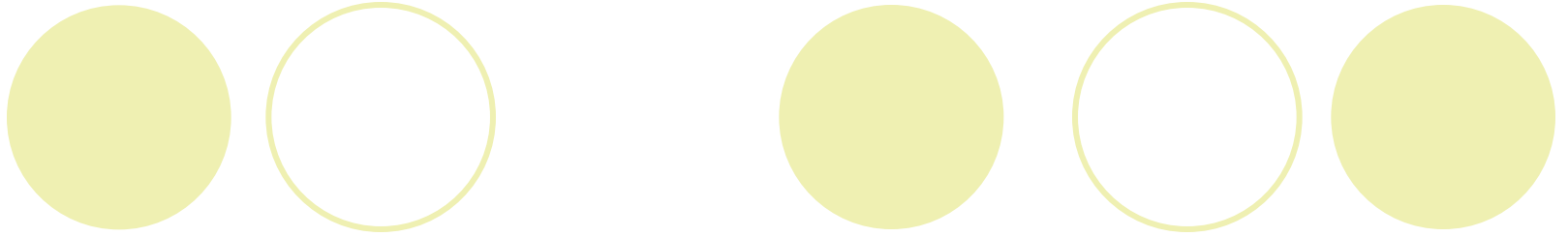
- Clozentropy Theory yang mula-mula diketengahkan oleh Donald . Darnell pada tahun 1970, kemudian dikembangkan oleh Dennis T. Lowry dan Theodore J. Marr yang mengkaji teori ini dalam komunikasi internasional.
- Istilah "clozentropy" merupakan paduan dari "cloze procedure" dari Wilson L. Taylor dan "entropy" dari teori komunikasi yang ditampilkan oleh Claude E. Shannon dan Warren Weaver: *The Mathematical Theory of Communication*, yang dalam buku ini juga telah diterangkan.



- Penelitian dengan landasan Clozentropy Theory ini dilakukan karena ternyata di satu pihak komunikasi internasional mencakup pesan-pesan dari negara A dalam bahasa X diterjemahkan ke dalam bahasa Y ketika disampaikan ke negara B, tetapi di lain pihak ada komunikasi interna-sional yang tidak memerlukan terjemahan, misalnya Amerika dengan Inggris, Kanada dengan Australia, Meksiko dengan Argentina, Ekuador dengan Bolivia, Portugal dengan Brasil. Francis dengan Haiti (di Asia Tenggara Indonesia dengan Malaysia).
- Kendatipun demikian, adalah menjadi pertanyaan apakah dalam komunikasi dengan menggunakan bahasa resmi yang sama itu dapat diperoleh pemahaman yang maksimal, jika pesan yang disampaikan itu dalam konteks nasional dan kebudayaan yang berbeda.



- Studi yang dilakukan oleh Lowry dan Marr terhadap Clozentropy Theory itu menekankan pentingnya pra keakraban dengan isi pesan yang janggal (prior familiarity with idiosyncratic content) dalam hubungan dengan pengertian pesan komunikasi, dalam arti isi pesan komunikasi ini bersifat khas. Dalam beberapa hal pra keakraban lebih penting daripada taraf pendidikan formal.
- Clozentropy Theory telah memperbaiki yang dikenal sebelumnya, yakni "kenalilah diri mereka (know theyself)" menjadi kenalilah pesan anda dan sasaran anda beserta pertautannya.
- Komunikasi internasional dalam pengertian sederhana proses penyampaian pesan dari satu negara ke negara lain, sebenarnya sudah lama menarik perhatian para peneliti. Sebagai contoh kegiatan itu telah dikaji dari kerangka kerja analisis propaganda, kerangka kerja arus informasi. Tetapi yang sering diabaikan atau terlupakan adalah pemahaman dalam komunikasi internasional sejauh suatu pesan yang berasal dari suatu negara dipahami oleh khalayak di negara lain.



- Dari hasil penelitian Lowry dan Marr di Amerika Serikat dan Philipina ini tampak pentingnya pra keakraban (prior familiarity) dalam komunikasi internasional sekalipun hubungan antara dua negara yang terlibat dalam komunikasi ditinjau dari bahasa bersifat monolingual, apalagi jika antara dua negara berbeda dalam bahasa, kebudayaan, dan politik.
- Demikian ikhtisar dari 20 teori dan model komunikasi dari seluruh teori dan model yang seperti telah dikatakan tadi tidak kurang dari seratus buah.