



PERKEMBANGAN FILSAFAT KOMUNIKASI DI INDONESIA

KARYA ILMIAH

Oleh

**NINA SITI SALMANIAH SIREGAR
NIP. 132 093 536**



**TENAGA EDUKATIF KOPERTIS WILAYAH I
DPK DI UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2002**



KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah yang berjudul "**Perkembangan Filsafat Komunikasi di Indonesia**". Karya ilmiah ini dapat digunakan sebagai salah satu bahan informasi tentang sejarah perkembangan filsafat komunikasi khususnya di Indonesia yang pada saat ini mengalami perkembangan cukup pesat sebagai akibat perkembangan teknologi komunikasi.

Penulis menyadari materi dalam penyusunan karya ilmiah ini masih banyak kekurangan sebagai akibat keterbatasan informasi yang dimiliki. Untuk itu kiranya saran-saran dan kritik sangat diharapkan dari semua pihak, sehingga nantinya akan semakin lebih baik lagi. Semoga kiranya bermanfaat bagi penulis dan berbagai pihak terutama yang berkecimpung dalam bidang komunikasi baik teoritis maupun praktis.

Medan, 2002.

Penulis

Nina Siti Salmaniah Siregar

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
BAB II. PERMASALAHAN	3
BAB III. URAIAN TENTANG 3 (TIGA) KOMPONEN DALAM FILSAFAT ILMU, DALAM PENERAPANNYA PADA ILMU KOMUNIKASI, DEFINISI, KONSEP DAN ANALOGI	4
3.1. Ontologi	6
3.2. Epistemologi	10
3.3. Aksiologi	12
BAB IV. SEJARAH FILSAFAT KOMUNIKASI DAN PERKEMBANGANNYA DI EROPAH, AMERIKA DAN INDONESIA	16
4.1. Perkembangan Ilmu Komunikasi Melalui Publisistik ..	16
4.2. Perkembangan Ilmu Komunikasi Melalui Jurnalistik..	18
4.3. Perkembangan Ilmu Komunikasi Melalui Retorika ...	22
4.4. Perkembangan Filsafat Komunikasi Di Eropa	26
4.5. Perkembangan Filsafat Komunikasi Di Ameria	29
4.6. Perkembangan Filsafat Komunikasi Di Indonesia	32
BAB V. URAIAN TENTANG BENTUK, MEDIA DAN EFEK KOMUNIKASI DARI SUDUT PANDANG AKSIOLOGI SERTA FAKTOR ETIKA	

DAN MORAL YANG MENYERTAINYA	34
5.1. Komunikasi Antar Pribadi	35
5.2. Komunikasi Kelompok	36
5.3. Komunikasi Organisasi	37
5.4. Komunikasi Massa	38
5.5. Media Komunikasi	38
5.6. Efek Komunikasi	39
BAB VI. FILSAFAT KOMUNIKASI DITINJAU DARI PENGERTIANNYA, LUAS LINGKUP, METODE PENELITIAN DAN PERKEMBANGAN FILSAFAT KOMUNIKASI	42
6.1. Pengertian Filsafat Komunikasi	42
6.2. Luas Lingkup Filsafat Komunikasi	45
6.3. Metode-metode Penelitian Filsafat Komunikasi.....	47
6.4. Perkembangan Filsafat Komunikasi.....	49
BAB VII. PENUTUP.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	55

BAB I PENDAHULUAN

Setiap ilmu pengetahuan mempunyai filsafat. Hal ini pada umumnya disebabkan oleh perkembangan ilmu-ilmu yang dalam masa lampau berpangkal pada filsafat. Dengan semakin besarnya pengaruh peranan filsafat terhadap ilmu pengetahuan, sehingga filsafat sering disebut sebagai "*Ibu dari semua Ilmu Pengetahuan*". Sebenarnya kegiatan berfilsafat tidak lain adalah berfikir secara lebih mendalam dan cermat tentang suatu masalah dan mencoba memperoleh jawaban yang tepat untuk pemecahan masalah tersebut.

Filsafat berasal dari kata "*Philein dan Sophia*" (bahasa Yunani) yang berarti "cinta kebijaksanaan". Kebijaksanaan berarti pula kebenaran di dalam perbuatan. Satu sikap dasar yang harus kita anut sebagai orang yang beriman bahwa kebenaran yang mutlak hanya pada Tuhan, manusia hanya dapat mencari kebenaran itu karena didorong oleh cintanya akan kebenaran itu. Artinya dalam memecahkan suatu masalah, seseorang akan mencari jawaban yang sebijaksana mungkin, walaupun kebenaran yang paling abadi adalah kebenaran Sang Pencipta, Tuhan Yang Maha Esa. Dengan berfilsafat, manusia akan dibawa untuk lebih bijaksana dan tunduk kepada Sang Khalik.

Filsafat Ilmu menurut C.A. Van Peursen (dalam Drost J. 1985 : 79) ialah suatu perpanjangan dari ilmu tentang pengetahuan yaitu ilmu pengetahuan yang menyelidiki hakekat segala sesuatu untuk memperoleh kebenaran dan kenyataan. Mempelajari filsafat dalam hal ini adalah filsafat komunikasi tentu saja sangat menarik, karena di dalamnya dibahas hakekat ilmu komunikasi yang ditelaah melalui pendekatan :

- Ontologi
- Epistemologi, dan
- Aksiologi

Menurut Herman Soewardi (1999 : 237), **Ontologi** adalah segala sesuatu yang bertalian dengan terbentuknya ilmu, **Epistemologi** segala sesuatu yang bertalian dengan seluk beluk ilmu itu sendiri, apa kemampuan dan keterbatasannya, dan **Aksiologi** adalah segi gunalaksana dari ilmu, ialah hal-hal yang bertalian dengan upaya untuk meningkatkan kesejahteraan hidup manusia.

Pendapat ini sejalan dengan Littlejohn (1989 ; 23-24) yang menekankan bahwa, filsafat sebagai disiplin ilmu berhubungan dengan problema-problema pengetahuan dan realita. Filsafat meragukan asumsi-asumsi dasar dan metode-metode yang dipakai dalam menumbuhkan pengetahuan dalam segala lapisan kehidupan.

BAB II PERMASALAHAN

Adapun beberapa masalah yang akan diuraikan dalam tulisan ini berkaitan dengan filsafat komunikasi adalah :

1. Uraian tentang 3 (tiga) Komponen Dalam Filsafat Ilmu, Dalam Penerapannya pada Ilmu Komunikasi, Definisi, Konsep dan Analogi Beserta Contohnya.
2. Sejarah Filsafat Komunikasi dan Perkembangannya di Eropah, Amerika dan Indonesia.
3. Uraian Tentang Bentuk, Media dan Efek Komunikasi Dari Sudut Pandang Aksiologi Serta Faktor Etika dan Moral Yang Menyertainya
4. Filsafat Komunikasi Ditinjau Dari Pengertian, Luas Lingkup, Metode Penelitian, dan Perkembangan Filsafat Komunikasi.

BAB III

URAIAN TENTANG 3 (TIGA) KOMPONEN DALAM FILSAFAT ILMU, DALAM PENERAPANNYA PADA ILMU KOMUNIKASI, DEFINISI, KONSEP DAN ANALOGI DISERTAI CONTOHNYA

Seperti yang telah dijelaskan secara singkat pada bab pendahuluan bahwa filsafat adalah kegiatan untuk mencari kebenaran, dimana didalam filsafat sendiri terdiri dari 3 (tiga) komponen besar yang tidak bias dipisahkan satu dengan lainnya, yakni : Ontologi, Epistemologi, dan Aksiologi. Pendapat ini dilengkapi oleh Littlejohn (1989:23-24) yang menekankan bahwa, filsafat sebagai disiplin ilmu berhubungan dengan problema-problema pengetahuan dan realita. Filsafat meragukan asumsi-asumsi dasar dan metode-metode yang dipakai dalam menumbuhkan pengetahuan dalam segala lapisan kehidupan.

Menurut Littlejohn, pengujian ini sangat kompleks, yang dikelompokkan dalam 4 (empat) tema pokok yaitu :

1. Epistemologi (Masalah Pengetahuan)
2. Ontologi (Masalah Eksistensi)
3. Perspektif (Masalah Fokus), dan
4. Aksiologi (Masalah Nilai)

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

	Epistemologi	Ontologi	Perspektif	Aksiologi
Metateori	Masalah metode logis	Masalah metafisika	Masalah Definisi	Masalah Estetika Dan Nilai
Hipotesis	Metode Dan Prosedur	Teori, Konsep Hipotesis, Hukum Dan Interpretatif	Definisi Dan Metafor	Pemilihan Etika Dan Moral Dan Nilai –Nilai
Deskriptif	Instrumen – Instrumen Dan Teknik-Teknik	Statement Observasi	Fokus Substantif	Penilaian
Hal-hal yg terdapat didalam Wilayah Filosofis yang mempengaruhi teori.	Alur Event-event			

Gambar di atas memperlihatkan secara singkat dan menggaris bawahi bagian-bagian pokok yang dapat dibagi ke dalam tiga level umum yaitu : metateori, hipotesis dan perspektif asumsi-asumsi dasar seseorang. Level hipotesis adalah level teori dimana gambaran seseorang tentang realita terlukis dan kerangka untuk pengetahuan operasi-operasi dan temuan-temuan terdekat dengan hal-hal yang diamati.

Ketiga level tersebut tidak dapat dipisah-pisahkan, karena merupakan suatu kesatuan yang pasti. Jika menggunakan suatu level, seorang sarjana selalu memeriksa dua level lainnya pada waktu yang bersamaan. Ketiga level yang terdapat dalam tiap tradisi pengetahuan menguatkan satu sama lain.

Komponen-komponen dalam filsafat ilmu tersebut akan dibahas dalam uraian berikut ini :

3.1. Ontologi

Ontologi adalah cabang filsafat yang berkaitan dengan sifat manusia atau lebih sempit lagi, sifat fenomena yang harus kita ketahui. Antara Epistemologi dan Ontologi biasanya saling bergandengan, karena konsep kita tentang pengetahuan bergantung pada bagian pandangan kita akan sifat pengetahuan. Dalam ontologi ilmu sosial sangat berhubungan dengan sifat eksistensi manusia. Karena itu, pokok-pokok ontologi dalam studi ilmu komunikasi berhubungan dengan sifat interaksi sosial manusia.

Pokok-pokok ontologi sangat penting karena cara seorang teoritis dalam mengkonseptualisasikan komunikasi bergantung pada ukuran tentang bagaimana komunikator dipandang. Semua teori komunikasi berawal dengan asumsi-asumsi mengenai manusia. Pokok-pokok dalam bagian ini mencerminkan silang pendapat tentang sifat pengalaman manusia. Ada 5 (lima) pokok ontologis yang penting, yaitu :

a) Sampai berapa jauh manusia membuat nyata pilihan?

Kendati semua investigator setuju bahwa manusia pilihan, namun terdapat perdebatan filosofis mengenai apakah pilihan nyata itu mungkin. Pada suatu sisi pokok ini adalah kaum determin, yang menyatakan bahwa tingkah laku manusia disebabkan oleh orang banyak dari kondisi sebelumnya dan sisi lain perdebatan adalah kaum teologi, yang menyatakan bahwa manusia merencanakan tingkah lakunya sendiri untuk memenuhi tujuan-tujuan masa depan. Mazhab ini melihat manusia sebagai pengambil keputusan, mahluk yang aktif yang mempengaruhi nasib mereka sendiri. Sedangkan kelompok akhir dalam debat tersebut menyatakan manusia yang membuat pilihan dalam scope terbatas atau tingkah lakunya ditentukan, sedangkan tingkah laku orang lain merupakan masalah kehendak bebas.

b) Sampai berapa jauh manusia dapat dipahami bila dipandang dari segi keadaan dan ciri pembawaan?

Keadaan merupakan kondisi temporer yang dialami manusia. Tinjauan melalui keadaan dapat terlihat bahwa manusia berubah dan mengalami berbagai macam keadaan dalam sehari, setahun atau seumur hidup. Tinjauan keadaan mengkarakteristikan tingkah laku manusia yang dinamis. Tinjauan ciri pembawaan

menunjukkan bahwa manusia dapat diramalkan, karena manusia menunjukkan lebih atau kurang lebih karakteristik konstan. Manusia dapat berubah karena pembawaannya berubah. Namun pembawaan tidak dapat dengan mudah berubah. Dalam hal tertentu, manusia juga statis. Banyak ilmuwan sosial, berpendapat bahwa, pembawaan dan keadaan mengkarakteristik tingkah laku manusia.

c) Sampai sejauh mana pengalaman manusia selaku mahluk individu dan mahluk sosial?

Umumnya ilmuwan sosial memandang manusia sebagai mahluk sosial. Kendati para ilmuwan ini memahami bahwa manusia tidak mungkin hidup sendiri dan harus berinteraksi, namun mereka menafsirkan tingkah laku seakan-akan berasal dari individu itu sendiri. Menurut ilmuwan tersebut unit analisisnya adalah kehidupan individu itu sendiri. Mereka berpendapat bahwa manusia tidak dapat dipahami secara terpisah dari hubungannya dengan orang lain dalam kelompok-kelompok dan budaya. Hal ini sangat penting bagi ilmuwan komunikasi karena fokusnya pada interaksi.

d) Sampai sejauh mana komunikasi dikontekstualisasikan?

Apakah tingkah laku ditentukan oleh prinsip-prinsip universal atau bergantung pada faktor-faktor situasional? Beberapa filsuf berpendapat bahwa kehidupan dan tindakan manusia dapat dipahami secara baik dengan melihat fakta-fakta yang universal, sedangkan filsuf yang lain berpendapat bahwa tingkah laku bersifat kontekstual tidak dapat digeneralisasikan di luar situasi sekarang. Filsuf yang berada pada dua pandangan tersebut berpendapat bahwa tingkah laku dipengaruhi baik faktor-faktor umum maupun faktor-faktor situasional.

e) Sampai sejauh mana manusia menafsirkan mahluk?

Beberapa ilmuwan teoretis berpendapat bahwa manusia bertingkah laku menurut prinsip-prinsip stimulus-respon, manusia beraksi karena tekanan-tekanan yang datang dari lingkungannya. Sedangkan ilmuwan teoretis yang lain berpendapat bahwa manusia berpikir menciptakan arti dan menggunakan arti-arti ini untuk menerjemahkan dan memahami situasi-situasi yang mereka temui sendiri.

Walaupun banyak ontologis yang terdapat dalam ilmu komunikasi, namun Littlejohn (1989) mengelompokkannya dalam dua dasar yang saling bertentangan, yaitu :

- Yang bersifat tindakan (Action) dan
- Yang bersifat bukan tindakan (Non Action).

Actional Theory menganggap individu menciptakan arti, mempunyai tujuan dan membuat nyata pilihan. Tinjauan yang bersifat tindakan bergantung pada dasar teleologis yang mengatakan bahwa manusia membuat keputusan ditujukan untuk mencapai tujuan. Para teoritis segan untuk mencari hukum cakupan karena mereka berasumsi bahwa tingkah laku individu tidak ditentukan oleh even-even universal. Selain itu, mereka beranggapan bahwa manusia bertingkah laku secara berbeda dalam situasi yang berbeda pula, karena aturan-aturan berubah dari satu situasi ke situasi lain.

Sedangkan Non Actional Theory menganggap bahwa tingkah laku pada dasarnya ditentukan dan bersifat respon terhadap tekanan masa lalu. Hukum-hukum cakupan biasanya dipandang layak dalam tradisi ini karena interpretasi aktif oleh individu.

3.2. Epistemologi

Epistemologi adalah cabang filsafat yang mempelajari pengetahuan. Para ahli epistemologi bertanya bagaimana orang mengetahui tentang apa yang mereka ketahui. Ilmuwan

epistemologi meragukan observasi dan memberi cara dalam memahami sifat pengetahuan dan proses-prosesnya. Setiap pembahasan tentang penyelidikan dan teori akan bertemu dengan pokok epistemologi.

Beberapa dasar pokok epistemologi ini dapat dinyatakan sebagai pertanyaan atau masalah sebagai berikut :

a) Sampai sejauh mana pengetahuan dapat eksis atas pengalaman-pengalaman?

Banyak ahli teori berpendapat bahwa semua pengetahuan timbul dari pengalaman. Bentuk "pengetahuan" ini terdiri dari mekanisme inheren dalam berpikir dan merasa. Sebagai contoh bukti kuat yang ada bahwa anak-anak tidak belajar secara keseluruhan dari mendengar pembicaraan. Mereka menerima bahasa dengan menggunakan model-model pembawaan lahir, untuk mencoba apa yang mereka dengar.

b) Sampai sejauh mana pengetahuan bersifat universal?

Apakah pengetahuan untuk orang yang mampu mendapatkannya? Atau pengetahuan itu relatif dan berubah? Perdebatan terhadap masalah ini telah bertahun-tahun. Para ahli teori berbeda-beda dalam menggunakan istilah-istilah asumsi

tentang kepastian akan kebenaran. Para ahli tersebut yang mengambil sudut universal mengakui kesalahan-kesalahan dalam teori mereka. Namun mereka yakin bahwa kesalahan tersebut bukan hasiala dari apa yang belum ditemukan tentang kebenaran yang utuh. Namun sebagian para ahli yang menganut paham "relatif", mereka berpendapat bahwa pengetahuan tidak akan pernah pasti, karena tidak terdapat realitas universal yang dapat dipahami.

3.3. Aksiologi

Aksiologi adalah cabang filsafat yang mempelajari nilai. Khusus untuk ilmuwan komunikasi ada tiga pokok ulasan aksiologi yang sangat penting :

a) Dapatkah teori menjadi bebas nilai?

Ilmu-ilmu klasik menyatakan bahwa teori dan riset adalah bebas nilai, para sarjana bersifat netral dan berusaha mencari fakta-fakta yang mereka manifestasikan di dunia nyata. Jika nilai ilmuwan bertentangan dengan pekerjaannya, maka hasilnya adalah ilmu yang buruk. Pendirian lain yang berkembang dengan permasalahan aksiologi ini adalah pengetahuan bebas dari nilai-nilai substantif, tetapi pengetahuan mewujudkan sejumlah

metanilai sebagai pencari kebenaran, makna ide-ide, objektivitas, dan nilai-nilai ilmu itu sendiri. Di sini terdapat perdebatan ilmu pengetahuan tidak bebas nilai karena pekerjaan peneliti dibimbing oleh suatu kepentingan dalam cara-cara tertentu melakukan penyelidikan/penelitian.

Akhirnya beberapa ahli berpendapat bahwa teori tidak bisa menjadi bebas nilai baik dalam metoda atau dalam substansi. Para ilmuwan memilih apa yang dipelajari dan pilihan mereka dipengaruhi oleh pribadi dan nilai-nilai institusional. Organisasi-organisasi pemerintah dan swasta memilih riset harus dibiayai karena ideologi ada kepentingan, ideologi politik serta ekonomi. Kedua-duanya memasukkan dan dimasuki oleh cara-cara tertentu dalam memandang dunia yang diwujudkan dalam bentuk-bentuk teori dan riset yang berbeda.

Argumentasi politik tentang nilai-nilai dalam ilmu tetap akan ditemui. Ilmuwan tradisional berpendapat bahwa mereka bertanggung jawab terhadap cara-cara pengetahuan ilmiah yang digunakan, bahwa hal itu dapat digunakan dalam kondisi baik atau kondisi tidak baik.

Pengetahuan komunikasi tradisional biasanya diambil dari riset media diilhami oleh paham Marxis yang menjadi sebuah alat administrasi elit penguasa. Kritik terhadap ilmu pengetahuan tidak

dimaksudkan pada masalah kekuasaan, hanya mengambil pilihan atas nama seperangkat nilai-nilai yang menantang dominasi dalam masyarakat ketimbang pengabdianya.

b) Sampai seberapa jauh praktek penelitian mempengaruhi hal-hal yang dipelajari?

Pokok Aksiologi yang kedua ini memusatkan pada masalah Apakah para ilmuwan terganggu dan mempengaruhi proses yang sedang dipelajari? Fokus ilmiah tradisional adalah para ilmuwan mengamati secara seksama tanpa adanya campur tangan, seperti kebenaran observasi. Observasi dengan sifatnya berubah tentang yang sedang diamati dan distorsi selalu ada.

Pada tingkat yang lebih tinggi, beberapa kritikus mengatakan bahwa teori dan pengetahuan itu sendiri mempengaruhi dalam kehidupan manusia. Ada dua problem pertama, seorang ilmuwan berdasarkan tugasnya menjadi agen perubahan dan seorang ilmuwan harus mempertimbangkan masalah-masalah etis yang ada, kedua dalam mempelajari kehidupan manusia yang selalu berubah dan ilmuwan tidak selalu benar.

c) Sampai seberapa jauh pengetahuan berupaya untuk mencapai perubahan sosial?

Apakah ilmuwan harus tetap objektif atau melakukan upaya-upaya untuk membantu perubahan masyarakat dengan cara-cara positif? Banyak yang berpendapat bahwa peranan seorang ilmuwan adalah membuat pengetahuan, seperti kebebasan para teknisi dan para politisi melakukan apa yang mereka ingin lakukan.

Kesimpulannya ada dua hal umum yang terdapat dalam pokok-pokok aksiologi ini. Pertama nilai kesadaran value conscious. Keilmuan (pengetahuan) mengakui pentingnya nilai-nilai dalam riset dan teori dan melakukan upaya-upaya semaksimal mungkin untuk melangsungkan nilai-nilai tersebut dalam arah yang positif.

BAB IV

SEJARAH FILSAFAT KOMUNIKASI DAN PERKEMBANGANNYA DI EROPAH, AMERIKA DAN INDONESIA

Membahas sejarah perkembangan filsafat komunikasi membawa pemikiran yang komprehensif sebab pemahaman sejarah perkembangan filsafat komunikasi akan dilakukan secara kontekstual, artinya kita tidak dapat lari dari kontribusi yang diberikan oleh ilmu Publisistik, Jurnalistik dan Retorika. Setidaknya, berbagai literatur yang ada muara pemahaman kita pelajari tumbuh dan berkembang melalui tiga bidang kajian ilmu yaitu Publisistik, yang berkembang di Eropah, Jurnalistik berkembang di Jerman dan Retorika yang berkembang di Amerika. Oleh karenanya secara teoritis berbicara tentang sejarah perkembangan filsafat komunikasi mau tidak mau kita harus lebih dahulu mengkaji ketiga disiplin ilmu tersebut.

4.1. Perkembangan Ilmu Komunikasi melalui Publisistik

Revolusi industri telah membawa banyak para pemikir kearah pembentukan pendapat umum dan peranan pers. Hal ini tampak sekali pada tulisan-tulisan Bagehot, Maine, Bryce, dan Wallas dan di Prancis dapat dilihat pada karya Tarde. Di negara Jerman, minat ini dituangkan dalam bentuk ilmu, Max Weber (1864-1920) untuk

pertama kalinya mengembangkan ilmu pers dengan landasan ilmiah. Pada pertemuan di Deutsche Gesellschaft für Soziologie (1910) yang mengusulkan dua proyek pengkajian sosiologi yaitu sosiologi organisasi dan sosiologi pers. Sepuluh tahun kemudian Ferdinand Tönnies (1885 – 1936) menerbitkan kritik *der Öffentliche* yang mengupas sifat opini publik dalam masyarakat. Hubungan antara pers dan opini publik tersebutlah yang akhirnya melahirkan apa yang disebut dengan *Zeitungswissenschaft* (persuratkabaran).

Perkembangan selanjutnya kita dapat memahami bagaimana minat pada sosiologi pers, khususnya opini publik telah membawa sarjana Jerman pada bidang yang sama sekali tidak ada hubungannya dengan pers surat kabar, misalnya retorika, radio, televisi, dan film. Perkembangan tersebut secara kondisional telah memunculkan ilmu baru yang dikenal dengan istilah *Publizistik*. Ini dikembangkan oleh Hageman (1966) dan dilanjutkan oleh Dovifat (1968). Objek penelitian *publizistik* tidak hanya berkisar pada pers, tetapi meluas sampai ke *öffentliche Aussage* (pernyataan publik).

Dovifat mengatakan, bahwa *publizistik* adalah segala usaha menggerakkan dan membimbing tingkah laku publik secara rohani. Ia membagi *publizistik* menjadi enam yaitu :

1. *Öffentlichkeit* (ditentukan dan ditujukan kepada publik)

2. Gesinnung (berdasar ideologi)
3. Ubercugung oder kollektieve aussrichtung (cara persuasi dan kolektif)
4. Anschaulichkeit und eindringlichkeit (pesan yang jelas dan berkesan)
5. Die publiziste personlichkeit (digerakkan orang-orang yang berkarakter)
6. Aktualitat (bersifat Aktual).

Lebih lanjut Dovivat menambahkan bahwa publisistik selalu bertujuan dan disalurkan melalui pernyataan tertulis, terucap, tergambar, dan tergerak. Publisistik adalah komunikasi dengan ciri-ciri khusus sebagai berikut : 1) Publik, prosesnya ditentukan dan dipengaruhi publik; 2) Persuasif, bertujuan mengubah sikap atau tingkah laku orang lain; 3) Aktual, terjadi dalam jangka waktu cepat atau segera. Publisistik dapat bersifat interpersonal apabila disebarkan pada publik dengan tujuan untuk mempengaruhi pikiran dan tingkah laku.

4.2. Perkembangan Ilmu Komunikasi melalui Jurnalistik

4.2.1. Masa Benjamin Franklin (1700 – 1870)

Pada masa ini jurnalisme dianggap sebagai seni dan dipelajari melalui sistem magang. Perhatian terhadap penelitian

jurnalistik dan dokumentasi kurang sistematis dan kurang/tidak ilmiah. Studi pada umumnya berkisar tentang surat kabar dan penerbitannya. Tahun 1810 Isaiiah Thomas menerbitkan *The History Of Printing In America*. Tahun 1873 Frederick Hudson mengeluarkan *Journalism In The United States*. Keduanya bersifat historis. Singkatnya, pada masa Benyamin ini jurnalistik adalah studi tentang surat kabar.

4.2.2. Masa Robert Lee (1870 – 1930)

Pada masa ini jurnalistik mulai diajarkan secara formal di universitas-universitas. Robert Lee merintis pendidikan jurnalistik di Washington College. Pada waktu itu program jurnalistik merupakan bagian dari Departemen Bahasa Inggris. Yang diajarkan adalah hal-hal yang teknis, sehingga kurang mendapat penghargaan.

Selanjutnya, jurnalistik dikembangkan sebagai disiplin ilmu tersendiri. Pada tahun 1930-an Bleye memasukkan jurnalistik sebagai program minor pada Universitas Winconsin. Sekarang jurnalistik merupakan bagian dari ilmu-ilmu social, bukan lagi humaniora seperti sebelumnya. Dari program inilah doktor-doktor yang nantinya akan menjadi tokoh-tokoh jurnalistik seperti Nafsiger, Siebert, dan Casey. Dengan latar belakang ilmu sosial mereka membawa jurnalistik ke Universitas Stanford Illinois, Michigan,

Northwestern, dan Minnesota. Pada akhir masa ini keluar buku Laswell yang berjudul *Propaganda Technique The World War*. Karya ini merupakan studi pertama yang menganalisis isi media dengan metode sistematis dan ilmiah. Buku ini mengantarkan jurnalistik masa-masa berikutnya.

4.2.3. Masa Harold Lasswell (1930 – 1950)

Perang dunia berpengaruh besar pada periode ini. Nazi Jerman muncul sebagai penakluk Negara-negara Eropa. Mereka berperang selain dengan senjata juga melalui propaganda. Efek propaganda menarik perhatian Laswell. Sebagai seorang sarjana ilmu politik ia menyusun disertasinya tentang pembentukan pendapat dan sikap. Ia mengajar di Chicago dan meninggalkan murid-muridnya seperti Herbert Simon, Ithiel de Sola Pool, Gabriel Almond, dan Abraham Kaplan. Sumbangannya yang paling besar pada ilmu komunikasi adalah metodologi penelitian komunikasi. Laswell adalah orang pertama yang menggunakan metode analisis isi untuk penelitian media. Analisisnya tentang struktur dan fungsi komunikasi dalam masyarakat merintis jalan untuk penelitian-penelitian komunikasi selanjutnya.

Perhatian pada efek media massa ini selanjutnya dikembangkan oleh Carl I. Hovland, Paul Lazarsfeld, dan Kurt Lewin.

Hovland seorang psikolog yang disewa oleh Angkatan Bersenjata Amerika untuk meneliti efek film pada semangat tentara. Penelitian ini merintis penelitian yang lebih luas tentang efek media massa secara keseluruhan pada sikap dan pendapat. Hovland adalah tokoh persuasi dan telah mengemukakan definisi komunikasi yang kita kenal penyampaian lambang-lambang untuk mengubah tingkah laku manusia.

Selanjutnya Lazarsfeld adalah seorang sosiolog yang mengambil gelar doktornya dalam bidang matematika. Tahun 1937 ia mengetuai Radio Research di Princeton University. Perhatiannya pada efek media massa terhadap sikap politik dan tingkah laku memilih telah memberikan perspektif sosiologis pada komunikasi massa.

Kurt Lewin seorang psikologi sosial. Ia tertarik pada pengaruh personal dan komunikasi pada kelompok kecil. Lewin mengilhami penelitian gatekeeper dan arus informasi. Jadi pada masa ini titik perhatian penelitian sudah bergeser pada faktor- faktor psikologi dan sosiologi. Jurnalistik mulai tersisih dengan istilah baru yaitu komunikasi massa.

4.2.4. Masa Wilbur Schramm (1950 – sekarang)

Wilbur adalah seorang sarjana Bahasa Inggris yang tertarik ilmu komunikasi. Mula-mula ia diserahi tugas untuk membenahi Departemen Komunikasi Massa di Iowa. Kemudian, dia memimpin penelitian komunikasi di Stanford dan akhirnya EastWest Center. Wilbur Schramm membawa komunikasi massa yang sarat dengan sumbangan berbagai disiplin ilmu komunikasi. Ia merintis penelitian tentang efek media pada pendidikan, pada pembangunan nasional, efek komunikasi satelit, dan komunikasi pedesaan. Sejarah ilmu komunikasi yang terakhir dapat dikatakan tercermin dari perkembangan Schramm ini.

4.3. Perkembangan Ilmu Komunikasi Melalui Retorika

Perkembangan Ilmu Komunikasi melalui retorika ini dimulai dengan lahirnya karya Aristoteles yang berjudul *De Arte Rhetorika* yang dapat dikatakan sebagai buku pertama tentang komunikasi. Tradisi dari Aristoteles dan retorika Yunani berlanjut pada masa Romawi yang dipelopori oleh Cicero, Connificus, Quintilliarnus dan Petrus Ramus pada masa Renaissance.

Awal abad XVII, Francis Bacon menulis dua buku yang membicarakan retorika yaitu : *The Advancement of Learning* (1605) dan *De Augmentis Scientiarum* (1623). Dalam kedua itu Bacon tidak

televisi, teater dan pengajaran retorika. Pada tahun 1949 akhirnya SAA mendirikan *The National Society for Study of Communication* (NSCC), kemudian berkembang sebagai disiplin tersendiri yang lebih luas daripada retorika. NSCC menerbitkan *Yearbook Journal of Communication Research*, *Human Communication Research*, dan buku tahunan *Communication*.

Perkembangan sains dan teknologi telah mengembangkan bukan saja metodologi komunikasi, tetapi telah memperluas ilmu komunikasi. Tahun 1969, NSCC berubah menjadi *International Communication Association* (ICA). Organisasi inilah yang mengembangkan dan memelihara ilmu komunikasi sebagai disiplin ilmu maupun sebagai profesi. Bagian-bagian dari ICA mencerminkan spesialisasi ilmu komunikasi dewasa ini yaitu :

1. Informatika, bidang ini mempelajari sistem penyampaian informasi secara mekanistik dan matematis.
2. Komunikasi Interpersonal, bidang ini mempelajari hubungan intern individual, komunikasi nonverbal, dan komunikasi kelompok.
3. Komunikasi Massa, bidang ini mempelajari atau menelaah media massa, pesan yang disampaikannya, serta efek yang ditimbulkan.

4. Komunikasi Organisasi, bidang ini gejala-gejala komunikasi dalam organisasi dan manajemennya.
5. Komunikasi Interkultural, bidang ini mendalami proses pertemuan antar budaya dari segi komunikasi.
6. Komunikasi Politik, bidang ini menelaah proses komunikasi atau penyampaian pesan yang berkonsekuensi terhadap fungsi sistem politik.
7. Komunikasi Instruksional, bidang ini mendalami komunikasi dalam proses pendidikan.
8. Komunikasi kesehatan, bidang ini menelaah komunikasi bidang kedokteran.

Perkembangan jurnalistik di Amerika Serikat dan Zeitungswissenschaft di Jerman agak berbeda. Di Amerika Serikat mula-mula dikembangkan oleh kaum praktisi dan dilanjutkan oleh para sarjana, sedangkan di Jerman pada mulanya dikembangkan oleh kaum ilmuwan dan dilanjutkan oleh para praktisi. Di Amerika Serikat komunikasi kebanyakan dikembangkan oleh ahli psikologi sosial, sedangkan di Jerman jurnalistik kebanyakan dipelajari mula-mula oleh para ahli Sosiologi.

4.4. Perkembangan Filsafat Komunikasi Di Eropa

Komunikasi sebagai fenomena social sama tuanya dengan peradaban manusia itu sendiri (Trenholm, 1986). Komunikasi sebagai pengetahuan sudah populer sejak zaman Yunani dan Romawi Kuno. Pada abad pertengahan sebelum Masehi, Plato dan Aristoteles telah mengembangkan teori-teori komunikasi tradisi barat, yang selanjutnya diikuti oleh Cicero, Seneca, Quintilian dan Longinus. Bangsa Yunani memusatkan teori-teorinya pada *persuasive argument* dan *public communication*. Teorinya didasarkan pada kenyataan praktis yang ada dalam masyarakat.

Bagi masyarakat Yunani, keterampilan berpidato mendapat kehormatan yang tinggi, dengan memusatkan pada bagaimana cara mempengaruhi orang lain, sehingga *the body of knowledge* pada waktu itu berkisar tentang "keahlian menyampaikan atau mempengaruhi orang lain" yang dikenal sebagai "retorika". Perkembangan ilmu komunikasi di Eropah ditandai oleh kemunculan *Zeitungskunde* sebagai bidang kajian yang dikembangkan di Universitas Bazel (Swiss) pada tahun 1884. Pada tahun yang sama Karl Bucher (1847- 1930), seorang Jerman yang ahli ekonomi mazhab historis, mengajar di universitas ini sebelum akhirnya ia kembali ke Jerman untuk memberikan kuliah *Zeitungskunde* di Universitas Leipzig.

Sejak kembalinya ke Jerman (1892) *Zeitungskunde* yang diajarkan Karl Bucher memuat materi sejarah pers, organisasi pers dan statistik pers. Banyak ahli mengakui, jasa Karl Bucher cukup besar menjadi disiplin ilmu yang dikenal Ilmu Komunikasi sekarang (Ton Kertapati). Secara umum, sumbangan Karl Bucher bagi perkembangan disiplin ilmu komunikasi dapat diringkas sebagai berikut :

- a) Memprakarsai penyelidikan historis tentang persuratkabaran.
- b) Memperkenalkan pengetahuan persuratkabaran sebagai bidang kajian ilmu di universitas.
- c) Memprakarsai pendirian sebuah lembaga persuratkabaran yang pertama di Eropa kontinental yaitu Leipzig.
- d) Memperjuangkan diselenggarakannya pendidikan kewartawanan di Universitas.

Arah perkembangan publisistik menjadi kian kaya setelah Max Weber (1864-1920) memperkenalkan pendekatan sosiologis dalam penyelidikan bidang ini. Pada kongres sosiologi pertama, tahun 1910 di kota Frankfurt, Weber mengemukakan tulisannya berjudul *Sociologie des Zeitungswesens* yang mengandung dua masalah pokok : (1) soal modal dan pengaruh para pemilik modal dan pengaruh para pemilik modal terhadap redaksi, dan (2) sifat kelembagaan (*institution character*) surat kabar.

Masalah pertama, menurut Weber persoalan modal penting bagi kelembagaan surat kabar bukan saja menyangkut kebijakan redaksional. Sedangkan menyangkut masalah kedua, institution character, menyiratkan kedudukan pers sebagai bentuk lembaga sosial yang memiliki kepribadian (personality) sendiri.

Cara pandang seperti ini kemudian berkembang menjadi prinsip *anonimitas*, dimana dalam penampilan surat kabar sehari-hari tidak menyebut nama wartawan, staf redaksi, atau personil kelembagaan lainnya.

Prinsip terakhir ini masih berlaku hingga sekarang, meskipun bukan lagi satu-satunya prinsip yang dianut manajemen persuratkabaran. Di samping prinsip anonimitas, kini berkembang prinsip *by line* sebagai suatu cara penyajian berita, artikel, atau rubrik lainnya dengan menyebutkan nara sumbernya.

Perkembangan publisistik di Jerman dapat dibagi atas dua fase. Fase pertama perkembangan antara 1930-1945 dan fase kedua setelah Perang Dunia II. Perkembangan publisistik pada fase pertama sejalan dengan pertumbuhan ideologi Nazisme. Publisistik sebagai ilmu diselewengkan untuk mencapai tujuan –tujuan politik Nazi, arti dan unsur-unsur keuniversitasannya diragukan.

Usaha merehabilitasi publisistik muncul setelah Perang Dunia II, Hageman (1966) dan Dofivat (1968) merupakan dua figur

penting dalam fase ini. Pada masa ini, perkembangan yang terjadi ditandai oleh bangkitnya perhatian terhadap masalah-masalah yang tidak berkaitan sama sekali dengan persuratkabaran, seperti retorika, radio, televisi dan film. Perkembangang inilah yang menjadi embrio lahirnya ilmu publistik yang otonom dengan objek penelitiannya *offentliche aussage* atau pernyataan publik, sebagai publistik dipahami sebagai usaha menggerakkan dan membimbing tingkah laku secara rohaniah.

Mengacu kepada pembahasan Martindale (1960 : 285-339) tentang sifat-sifat dan tipe-tipe teori sosiologi, perkembangan di atas menunjukkan bahwa perkembangan teori komunikasi di Eropa mengarah pada pertumbuhan teori imitasi-sugesti yang langsung berada di bawah pengaruh filsafat neo-idealisme dan psikologi eksperimental.

Pada awal kemunculannya, aliran sugesti-imitasi secara langsung dicirikan oleh sentralitas yang diberikan pada pemikiran imitasi dengan menitikberatkan pada fenomena massa.

4.5. Perkembangan Filsafat Komunikasi Di Amerika

Ilmu Komunikasi berasal dari aspek persuratkabaran "*Journalism/Jurnalistik*" merupakan suatu pengetahuan tentang seluk beluk pemberitaan mulai dari peliputan bahan berita

pengolahan sampai kepada penyebaran berita. Berdirinya School of Journalism gagasan Joseph Pulitzer (1903); Charles Eliot dan Nicholas Murray Butler (Rektor Harvard University dan Columbia University) berkembang menjadi mass media communication.

4.5.1. Tahun 1700 – 1870 Masa Benjamin Franklin

Pada masa ini Journalism dipahami sebagai seni dan kurang ilmiah serta kurang sistematis. Jurnalistik merupakan studi tentang surat kabar.

4.5.2. Tahun 1870 – 1930 Masa Robert Lee

Masa Robert Lee, Journalism sebagai Ilmu Sosial, dengan indikasi : mulai diajarkan secara formal di universitas; merupakan bagian dari Departemen Bahasa Inggris; yang diajarkan hal-hal yang bersifat teknis sehingga kurang dihargai oleh para kademisi; munculnya tokoh-tokoh jurnalistik antara lain Nafsiger, Siebert dan Casey.

4.5.3. Tahun 1930 – 1950 Masa Harold Laswell

Masa Harold Laswell, ditandai dengan munculnya buku "*Propaganda Technique The World War*" dan merupakan studi

pertama yang menganalisis isi media dengan metode sistematika ilmiah.

4.5.4. Tahun 1950 Masa Wilbur Schramm

Masa Wilbur Schramm, memperjuangkan komunikasi menjadi disiplin ilmu. Schramm telah mempopulerkan ilmu komunikasi dengan mendirikan lembaga-lembaga penelitian komunikasi.

Sepanjang karirnya Schramm telah membawa perkembangan komunikasi dengan dukungan berbagai disiplin ilmu, sekaligus merintis penelitian efek media terhadap pendidikan, pembangunan nasional, efek komunikasi satelit, dan komunikasi pedesaan. Selain melalui jurnalistik, filsafat komunikasi di Amerika berkembang pula melalui retorika, mereka mendapatkannya dari para filosof Yunani dan Romawi yang menyebarkan pengaruh aliran filsafatnya hampir ke seluruh penjuru dunia.

Perkembangan penting terjadi pada tahun 1949, tatkala SAA berubah menjadi The National Society for Study of Communication. Sejak saat ini komunikasi telah berkembang lebih luas daripada retorika. Pada tahun 1969 NCCC berubah bentuk menjadi International Communication Association. Pada organisasi terakhir ini telah terdapat beberapa spesialisasi ilmu komunikasi, seperti informatika, komunikasi interpersonal, komunikasi massa, komunikasi

organisasi, komunikasi antar budaya, komunikasi politik, komunikasi intruksional ,dan komunikasi kesehatan.

4.6. Perkembangan Filsafat Komunikasi Di Indonesia

Hampir sama dengan Negara-negara Eropa, perkembangan filsafat komunikasi di Indonesia diawali dengan istilah *publisistik*. Hal ini terjadi karena banyak sarjana kita jaman dulu yang menimba ilmunya di daratan Eropa.

Semula *publisistik* dipakai untuk menunjukkan nama lembaga sekaligus bidang kajian ilmiah. Di Universitas Padjadjaran (1960) masih dikenal dengan Fakultas *Publisistik*, dengan lapangan ilmu yang diasuhnya *publisistik* atau ilmu komunikasi.

Sejalan dengan perkembangan tuntutan masyarakat yang kian luas, eksistensi *publisistik*, baik sebagai lembaga maupun sebagai lapangan ilmiah, dirasakan sudah tidak mampu lagi menjawab tantangan perubahan. Itulah sebabnya muncul gagasan agar jurusan *publisistik* ditingkatkan menjadi fakultas.

Meski sudah setingkat fakultas, nama *publisistik* belum hilang sama sekali. Perubahan mendasar baru terjadi sejak decade 1980-an, tatkala fakultas *publisistik* berubah menjadi fakultas Ilmu Komunikasi. Perubahan ini secara formal dikuatkan pula oleh Keputusan Presiden RI nomor 107/1982.

Selain melalui dua perguruan tinggi, ilmu komunikasi di Indonesia berkembang pula melalui dunia persuratkabaran. Keadaan ini sejak masa kolonial sehingga kepemilikan surat kabar dan majalah ada di tangan orang asing yang keredaksiannya dijalankan oleh orang Indonesia. Beberapa penerbitan yang ada pada masa itu antara lain, Darmo Kondo Retnadumilah, Bintang Betawi, dan lain-lain yang dijalankan oleh orang-orang seperti Djokomono alias Titoadisurjo, Dr. Bunyamin, HOS Tjokroaminoto dan lain-lain.

BAB V

URAIAN TENTANG BENTUK, MEDIA DAN EFEK KOMUNIKASI DARI SUDUT PANDANG AKSIOLOGI SERTA FAKTOR ETIKA DAN MORAL YANG MENYERTAINYA

Komunikasi tidak berlangsung dalam suatu ruang hampa sosial, melainkan dalam suatu konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks disini berarti semua faktor diluar orang-orang yang berkomunikasi, yang terdiri dari :

Pertama : bersifat fisik seperti iklim, cuaca, suhu, udara, bentuk ruangan warna, penataan, dan alat yang tersedia untuk menyampaikan pesan.

Kedua : Aspek psikologis, seperti sikap kecenderungan, prasangka, dan emosi para peserta komunikasi.

Ketiga : Aspek sosial seperti norma kelompok, nilai sosial dan karakteristik budaya.

Kategori berdasarkan tingkat (level) paling lazim digunakan untuk melihat konteks komunikasi, dimulai dari komunikasi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi paling sedikit hingga komunikasi yang melibatkan jumlah peserta paling banyak.

Terdapat empat tingkat level komunikasi yang disepakati banyak pakar yaitu :

1. Komunikasi antar pribadi.
2. Komunikasi kelompok.

3. Komunikasi Organisasi
4. Komunikasi Massa.

5.1. Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antar pribadi (Interpersonal Communication) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap peserta menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi antar pribadi adalah komunikasi dyadik (dyadic Communication) yang melibatkan hanya dua orang seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid, dan sebagainya. Ciri-ciri komunikasi dyadik adalah pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik verbal maupun nonverbal.

Keberhasilan komunikasi menjadi tanggungjawab para peserta komunikasi kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respon non verbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif dan jarak fisik yang dekat.

Meskipun setiap orang dalam komunikasi antar pribadi bebas mengubah topik pembicaraan, kenyataan komunikasi antar pribadi bisa saja didominasi oleh suami, komunikasi dosen-

mahasiswa oleh dosen dan komunikasi atasan-bawahan oleh atasan.

Kita biasanya menganggap pendengaran dan penglihatan sebagai indra primer, padahal sentuhan dan penciuman juga sama pentingnya dalam menyampaikan pesan-pesan bersifat rutin. Jelas sekali kalau komunikasi antar pribadi sangat potensial untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena kita dapat menggunakan kelima alat Indra kita untuk mempertinggi daya bujuk pesan yang kita komunikasikan kepadanya. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna komunikasi antar pribadi berperan penting hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi. Kenyataan komunikasi tatap muka ini membuat manusia lebih akrab dengan sesamanya. Berbeda dengan komunikasi lewat media masa seperti surat kabar, dan televisi atau lewat teknologi komunikasi tecanggih sekalipun seperti telephone genggam, email atau telkonfrensi, yang membuat manusia merasa terasing.

5.2. Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, dan yang berinteraksi satu sama lain yang mempunyai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya dan

memandang mereka sebagai bagian dari kelompok mereka tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kelompok diskusi, kawan-kawan terdekat, kelompok pemecahan masalah atau suatu komunitas yang tengah melakukan rapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian komunikasi kelompok merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil tersebut (*small group communication*). Komunikasi kelompok dengan sendirinya melibatkan komunikasi antar pribadi. Komunikasi antar pribadi berlaku berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

5.3. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi (*organizational Communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal maupun informal, dan terjadi dalam jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antar pribadi dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi keatas, dan komunikasi horisontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi seperti komunikasi antar sejawat, juga termasuk gosib.

5.4. Komunikasi Massa

Komunikasi massa (mass communication) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (majalah, surat kabar) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan pada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik). Komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok, dan komunikasi organisasi berlangsung juga dalam proses untuk mempersiapkan pesan yang disampaikan media massa ini.

5.5. Media Komunikasi

Seperti telah disinggung di muka media komunikasi banyak jumlahnya mulai dari yang tradisional sampai yang modern dewasa ini banyak dipergunakan. Kita bisa menyebut umpamanya untuk yang tradisional seperti kentongan, bedug, pagelaran tradisional, surat, papan pengumuman. Untuk yang modern seperti telepon, telegram, pamflet, poster, spanduk, surat kabar, majalah, film, radio, komputer, televisi dan sebagainya yang dapat diklasifikasikan sebagai media tulisan/media cetakan, visual, audio dan audiovisual.

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan beberapa media bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan tehnik yang akan dipergunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan. Sebagai contoh pesan melalui media tulisan atau cetakan dan media visual dapat dikaji berulang-ulang dan disimpan sebagai dokumentasi. Pesan melalui media aural dapat didengarkan pada saat mata dan tangan dipergunakan untuk meindra hal-hal lain, umpunya mendengarkan berita radio sedang mengemudikan mobil, pesan melalui audio visual dapat ditngkap secara jelas lengkap dilihat dan didengarkan.

5.6. Efek Komunikasi

Arti pokok pemahaman dalam proses komunikasi adalah penerimaan yang cermat atas kandungan rangsangan seperti yang dimaksudkan oleh pengirim pesan dalam hal ini komunikator ddikatakan efektif apabila penerima memperoleh pemahaman yang cermat atas pesan yang disampaikan dan kadang-kadang, komunikator menyampaikan pesan tanpa disengaja yang juga dipahami dengan baik.

Semakin banyak jumlah orang yang terlibat dalam konteks komunikasi, semakin sulit pula untuk menentukan seberapa cermat pesan diterima. Ini merupakan salah satu sebab mengapa diskusi kelompok seringkali berubah menjadi "arena bebas". Komentar demi komentar jadi nyaris lepas, tanpa kaitan antara yang satu dengan lainnya. Bahkan kelompok yang sudah punya pegangan angendapun, bisa saja mengalami kegagalan dalam mewujudkan resolusi bagi pemecahan pemecahan masalah mereka. Situasi semacam ini memerlukan lebih banyak lagi penjelasan penyimpulan dan pengarahan pendapat kelompok.

Berkenaan dengan komunikasi publik telah banyak ditulis materi mengenai bagaimana menyemournakan pemahaman dalam menyampaikan informasi. Kata pemahaman sering diartikan sebagai tambahan informasi. Yang harus diingat pembicara publik adalah bahwa umpan balik yang diterimanya seringkali amat terbatas, jadi pembicara harus berusaha agar seobjektif mungkin dan secermat mungkin menjelaskan masalah yang dikemukakannya. Penggunaan sarana pendukung sejumlah contoh, analogi dan yang sejenisnya membantu memperjelas materi pembicaraan.

Dalam komunikasi organisasional, salah satu hasil terpenting yang diharapkan adalah pemahaman pesan secara cermat.

Mustahil suatu perusahaan akan berfungsi dengan baik bila para pegawainya tidak memahami tugas yang harus mereka kerjakan. Untuk mencapai hal ini, diperlukan pemahaman, baik atas petunjuk verbal dari atasan, maupun atas informasi yang disebarkan melalui memo perusahaan, buku pedoman pegawai, dan penjelasan lainnya yang merupakan kebijakan perusahaan.

Dalam komunikasi massa, penyebaran informasi juga sering menjadi tujuan utama (siaran warta berita, film dokumenter, acara video tape, segera terlintas dalam pikiran). Mereka yang berkecimpung dalam media massa harus mampu mengembangkan keahlian komunikasi mereka sehingga mereka dapat mengatur, menyajikan, dan menafsirkan informasi dengan cara yang dapat meningkatkan pemahaman. Sebagai contoh, dalam waktu satu jam, sebuah acara khusus televisi mampu menyajikan masalah depresi : gejalanya, penyebabnya, serta penanganannya yang mungkin dilakukan. Namun karena terbatasnya umpan balik, sulit untuk menilai tingkat pemahaman para pemirsanya.

BAB VI

FILSAFAT KOMUNIKASI DITINJAU DARI PENGERTIANNYA, LUAS LINGKUP, METODE PENELITIAN DAN PERKEMBANGAN FILSAFAT KOMUNIKASI

6.1 Pengertian Filsafat Komunikasi

Filsafat komunikasi merupakan dua komponen keilmuan yang tidak dapat dipisahkan, akan tetapi filsafat sebagai pondasi dalam semua aspek keilmuan landasan filosofisnya selalu digunakan dalam setiap cabang keilmuan. Filsafat berasal dari bahasa Yunani yang artinya "cinta akan kebijaksanaan". Adapun karakteristik dalam berpikir filsafat (Suriasumantri, 1996) adalah :

1. Menyeluruh

- melihat hakikat ilmu dalam konstelasi pengetahuan yang lainnya
- kaitan ilmu dengan moral
- kaitan ilmu dengan agama

2. Mendasar

- tidak lagi percaya begitu saja bahwa ilmu itu benar
- mengapa ilmu dapat disebut benar?
- bagaimana proses penilaian kriteria tersebut dilakukan?
- apakah kriteria itu sendiri benar?
- lalu kata benar sendiri itu apa?

Dr. Moh. Hatta memberikan arti filsafat sebagai usaha manusia, baik dengan pikiran maupun perasaan batin untuk mencari kebenaran tentang sesuatu.

Seorang filosof terkemuka G.E. Moore (1873) memberikan komentar tentang filsafat bahwa : fungsi utama dari filsafat adalah memberikan gambaran tentang alam semesta sebagai keseluruhan. Selanjutnya manusia dalam usaha untuk mendapat jawaban mengenai alam semesta, Moore menyebut adanya bermacam-macam jalan berfilsafat, yaitu ;

1. Berdasarkan *coomon sense*
2. Berdasarkan pengetahuan tambahan terhadap *common sense*.
3. Adanya hal-hal yang mungkin terdapat dalam alam semesta
4. Kemungkinan tidak adanya hal-hal itu di alam semesta.

Pada abad 20, filsafat lebih cenderung untuk mengadakan analisa dan verifikasi rasio. Jadi filosof abad 20 biasanya berpendapat bahwa tujuan filsafat adalah :

1. Untuk bertindak, mengetahui findakan kita, dan untuk mencari kesesuaian antara ucapan dan realitas. Sebab hidup adalah hanya sebagian dari keseluruhan melihat hubungan antara bagian dengan keseluruhan ini adalah filsafat.

2. Berfilsafat adalah perbedaan antara manusia dengan benda mati dan binatang. Manusia sadar akan hidup, artinya : ia mengetahui tujuan hidupnya, dan ia mengenal fungsi segala unsur dalam alam semesta (hubungan dengan keseluruhan (Susanto, 1976 : 6).

Setelah mengetahui secara umum makna filsafat maka kita akan menghubungkannya dengan ilmu komunikasi. Sesuai dengan pengertiannya bahwa ilmu komunikasi adalah ilmu tentang pernyataan antar manusia (Effendy, 2000). Dalam pengembangan keilmuan komunikasi ini berlandaskan pada filsafat, karena setiap bentuk keilmuan pasti ada filsafatnya. Dalam komunikasi dikenal dengan filsafat komunikasi. Filsafat inilah yang merupakan landasan pemikiran dari ilmu yang bersangkutan, titik tolak bagaimana ilmu itu bermaksud mencapai tujuannya yaitu kebenaran.

Sebenarnya setiap ilmu ditujukan untuk mencapai kebenaran serta pengabdianya kepada ummat manusia, hanya cara atau jalan bagaimana masing-masing ilmu itu mencapai tujuannya adalah berbeda-beda.

Dalam rangka pemikiran ini, maka setiap ilmu mempunyai obyek formal dan obyek material. Obyek materi dari suatu ilmu bisa menjadi sama antara ilmu yang satu dengan ilmu yang lain,

yang memembedakan hanyalah pada sudut obyek formalnya. Obyek formal inilah yang merupakan ciri khas pada masing-masing keilmuan menurut perspektif kebenaran mereka.

Ilmu komunikasi dalam hal ini mempunyai obyek formal yang berbeda dengan ilmu-ilmu yang lain, yaitu metode khususnya dalam hal :

1. Menilai obyek dalam hubungan masyarakatnya
2. Sifat khas dari fungsi materi yang berbeda-beda.
3. Menilai dan mengadakan penilaian atas komunikasi dalam masyarakatnya,

6.2. Luas Lingkup Filsafat Komunikasi

Luas lingkup filsafat komunikasi berkaitan dengan komponen-komponen yang ada dalam filsafat, yaitu : di bidang ontologi, tentang hakikat apa yang dikaji, yang mengarah pada obyek formal ilmu komunikasi yaitu pernyataan antara manusia (Nina Syam, 1995).

Hal yang demikian juga berhubungan dengan sifat interaksi sosial manusia (Littlejohn, 1996). Dalam bidang ontologi terdapat lima (5) isu penting, yaitu ;

1. Sampai seberapa jauh manusia membuat pilihan-pilihan nyata?

2. Sampai seberapa jauh manusia dapat dipahami dipandang dari segi keadaan versus ciri pembawaannya?
3. Sampai seberapa jauh pengalaman manusia yang pada dasarnya makhluk individu dan sebaliknya sebagai makhluk sosial?
4. Sampai sejauhmanakah kontekstual komunikasi?
5. Sejauhmana interpretasi manusia terjadi?

Selanjutnya luas lingkup filsafat komunikasi di bidang epistemologi. Yaitu cara mendapatkan pengetahuan yang benar. Issu-issu yang berkembang dalam bidang epistemologi ini adalah sebagai berikut :

1. Sampai sejauhmana pengetahuan dapat eksis sebelum pengalaman-pengalaman ?
2. Sampai sejauhmana pengetahuan bersifat universal ?
3. Melalui proses apa pengetahuan itu timbul ?
4. Apakah pengetahuan lebih baik dipahami sebagian-sebagian (teori-teori) atau keseluruhan ?
5. Sampai sejauhmanakah pengetahuan itu eksplisit ?

Pada bidang aksiologi luas lingkup filsafat komunikasi menitikberatkan pada asas cara bagaimana menggunakan ilmu pengetahuan yang secara epistemologis diperoleh dan disusun.

Pada bidang ini juga menekankan mengapa ilmu itu demikian, termasuk dalam penilaian baik, buruk, dan kegunaan. Issu-issu yang dikembangkan dalam bidang ini termasuk mengkaji nilai-nilai, ada 3 persoalan, yaitu :

1. Apakah teori bebas nilai?
2. Sejauhmana pengaruh praktek penyelidikan terhadap obyek yang dipelajari?
3. Sejauhmana ilmu berupaya mencapai perubahan sosial?

Secara keseluruhan persoalan aksiologis terdapat dua posisi umum, yaitu : ilmu yang sadar nilai dan ilmu yang bersifat netral.

6.3. Metode-Metode Penelitian Filsafat Komunikasi

Metode empiris atau tehnik penelitian kuantitatif pada ilmu komunikasi :

- a. Wawancara dan diskusi kelompok
- b. Observasi

Pengamatan atau observasi adalah pokok pangkal dari penelitian empiris dengan dimensi sebagai berikut :

- Pengamatan diri
- Pengamatan orang lain
- Penggunaan fantasi
- Apa yang dianggap diketahui

c. Aktif berpartisipasi atau pasif tidak berpartisipasi :

- 1) Penggunaan data sekunder untuk menganalisa data yang menghasilkan statistik
- 2) Analisa data
- 3) Penelitian di lapangan melalui penggunaan wawancara untuk memperoleh data yang representatif dan memungkinkan penyusunan statistik daripadanya
- 4) Penelitian dilaboratorium
- 5) Jenis-jenis wawancara :

a) Wawancara tersusun

Dapat diukur, didasarkan pada data terdahulu sehingga "*reliabilitinya*" tinggi, kemungkinan Dapat diukur, didasarkan sedikit mengandung salah, lebih mudah dalam pelaksanaannya untuk penanya tetapi, kurang mendalam, kurang "*santai*" untuk ditanya dan mudah untuk dipergunakan dalam penyusunan statistik.

b) Wawancara tidak tersusun

Mendalam, memungkinkan mengetahui keadaan sosial tetapi, sukar dalam pelaksanaan untuk penanya (merupakan beban), tidak ada ukuran sebagai patokan sehingga kurang "*reliable*", menyukarkan penilaian dan penyusunan statistik.

c) Wawancara setengah tersusun, setengah bebas (mixtum compositum)

Mencakup sifat dari kedua wawancara terdahulu.

Teknik wawancara ini terbanyak digunakan dalam bidang Ilmu komunikasi.

6.4. Perkembangan Filsafat Komunikasi

Dalam sejarah perkembangan filsafat komunikasi tidak dapat dipisahkan dengan sejarah perkembangan Ilmu Komunikasi itu sendiri (bahkan kedudukannya dapat dikatakan sejajar). Sejarah perkembangan ilmu Komunikasi itu diawali dengan munculnya "rethorica" di Yunani, "publisistik" di Jerman, dan "jurnalistik" di Amerika. Ketiga periode inilah yang menentukan arah perkembangan dalam filsafat Ilmu Komunikasi. Di Yunani sekitar abad 5 SM menghasilkan ilmu yang mengkaji pernyataan manusia, di antaranya ; Georgias (480-370) menghasilkan retorika (Dalam Bahasa Yunani "Rhetorike"), Marcus Tullius Cicero (106-43) menghasilkan "de oratore" (dalam bahasa Romawi "rhetorika"), dan teori dari Demosthenes dan Aristoteles yang masih dipakai sampai sekarang. Menurut Aristoteles retorika merupakan bagian dari filsafat. Studinya tentang seni persuasi : *corrective, instructive, suggestive, dan defensive*.

Awal mula publisistik berkembang di Jerman melalui sentuhan pertama kalinya oleh Max Weber (1864-1920). Dia mengusulkan dalam Ilmu Pers dengan landasan ilmiah tahun 1910 mengusulkan dua proyek pengkajian sosiologi yang meliputi sosiologi organisasi dan sosiologi pers (*zeitungswessen*). Pada satu dasa warsa kemudian Ferdinand Tonnies (1885-1936) menerbitkan *der offentliche meinung* yaitu mengupas sifat opini publik dalam masyarakat massa. Hubungan antara pers dan opini publik inilah yang menjadi cikal bakal ilmu surat kabar (*zeitungswissenschaft*).

BAB VII P E N U T U P

Meskipun media massa saat ini berkembang pesat, baik dari segi bentuk, jenis bahkan gaya dan ragam informasinya, dan walupun kebebasan berbicara pers dianggap sebagai hak dasar yang dilindungi oleh konstitusi, kebebasan bagaimanapun juga bukannya tanpa batasan, karena media erat kaitannya dengan etika dan moral.

Seperti yang ditulis oleh Paul Johnson (Mass Media, 1997:135) ada 7 kesalahan media yang mematikan, yakni :

1. Distorsi, ceroboh dan tidak hati-hati.
2. Worshiping False Images (memuja gambar dan citra yang salah).
3. Pencurian Privasi.
4. Pembunuhan Karakter.
5. Eksploitasi Sex.
6. Meracuni pikiran anak-anak dengan apa yang dilihat dan didengar
7. Penyalahgunaan kekuasaan.

Tulisan–tulisan yang menggambarkan fenomena media massa yang terus berkembang apabila dikaitkan dengan Filsafat Komunikasi pada umumnya hanya membicarakan pendekatan

Aksiologi yang berkaitan dengan kegunaan dari ilmu komunikasi, yakni hal-hal yang bertalian dengan upaya meningkatkan kesejahteraan hidup manusia.

Saat ini, media massa benar-benar berkembang pesat sejalan dengan kemajuan teknologi yang menciptakan media baru yang disebut "cyber space" (dunia maya) melalui fasilitas komputer, modem dan internet. Fenomena cyber space ini juga adalah "pekerjaan rumah" bagi insan-insan komunikasi, yang bergerak dibidang komunikasi untuk sama-sama memikirkan dampak yang ditimbulkan dari komunikasi media baru ini, mengingat aturan-aturan yang berlaku saat ini menyangkut media tersebut belum terwujud.

Apa yang terjadi di negara-negara yang mempunyai teknologi yang sudah maju seperti di Amerika Serikat, bukan tidak mungkin terjadi di negara kita. Kebenaran dan kejujuran dalam menyampaikan informasi berkaitan langsung dengan seberapa dalam Filsafat Komunikasi itu dapat dihayati, karena Filsafat adalah suatu ilmu merupakan landasan pemikiran dari ilmu yang bersangkutan, titik tolak bagaimana ilmu itu bermaksud mencapai tujuannya yaitu kebenaran.

Ilmu komunikasi dalam Filsafat Komunikasi menyelidiki proses pembentukan norma (proses komunikasi yang diarahkan pada

pembentukan norma) yang akan menilai apakah proses yang sedang berjalan itu akan mendekatkan atau menjauhkan masyarakat dari bentuk masyarakat, idealnya untuk mencapai suatu kebenaran yang diperoleh dari seni, ilmu dan agama.

Pendekatan kebenaran melalui seni dan ilmu sifatnya hanyalah relatif. Kebenaran yang paling hakiki dan abadi adalah kebenaran yang berasal dari Tuhan, Sang Pencipta. Sehingga seberapa canggih dan hebatnya suatu teknologi media, tetap saja ia benda mati yang berfungsi sebagai perangkat atau alat, yang menggerakkan adalah manusia. Manusia adalah aktor utama dalam setiap proses komunikasi .

Oleh karena itu, untuk pencapaian tujuan kesejahteraan hidup manusia, pencarian kebenaran dalam hal ini penyelenggaraan komunikasi melalui media massa harus dilandasi dengan "Filsafat Ketuhanan", sehingga kebenaran yang diperoleh tidak akan menyesatkan dan tidak berdampak negatif bagi kelangsungan hidup manusia.

Sedangkan Paul Johnson, (Mass Media, 1997 : 137) memberikan 10 saran sebagai acuan moral, yaitu :

1. Mengendalikan nafsu untuk bisa mengatakan kebenaran.
Kebenaran harus dimbangi dengan tanggung jawab.

2. Pra Jurnalis harus memikirkan konsekuensi yang harus mereka tanggung jika mengatakan sesuatu.
3. Kejujuran tidak cukup apalagi jika akibatnya bisa berbahaya tanpa adanya ilmu yang cukup. Seorang jurnalis harus terdidik, berilmu pengetahuan luas, sehingga dalam menganalisa suatu berita tidak hanya dari sudut pandang mereka tapi juga dapat dipertimbangkan dampaknya kemudian.
4. Keinginan untuk menambah pengetahuannya dan semangat berjuang.
5. Media harus bisa membedakan antara opini publik, sejarah, kreasi dan bentuk demokrasi konstitusional serta opini yang terkenal.
6. Kekuasaan memerlukan tanggung jawab dan tanggung jawab berarti kepemimpinan.
7. Keberanian mengungkapkan kebenaran.
8. Kemauan untuk mengakui kesalahan/kekeliruan.
9. Perintah untuk melakukan hal yang positif dan adil.
10. Nilai-nilai positif dari semua yang positif, kata-kata yang menandakan rasa hormat, rasa menghargai, karena kata-kata adalah dasar dari penciptaan sebuah kebudayaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A.S., 1990. *Manusia dan Informasi*. Penerbit Hasanuddin University Press, Ujung Pandang.
- Atmadilaga, Didi, 1989. *Menghayati Ilmu Dari Segi Filsafat Ilmu, Metodologi dan Sosialisasi*. Penerbit Universitas Padjadjaran, Bandung.
- De Vito, Joseph, A., 1976. *The Interpersonal Communication Book*. Harper & Ron, New York.
- Drost, J., Peursen Van, C.A., 1985. *Susunan Ilmu Pengetahuan Sebuah Pengantar Filsafat Ilmu*. Penerbit PT Gramedia, Jakarta.
- Effendy, Onong, Uchjana, 1990. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Penerbit Remaja Rosda Karya, Bandung.
- _____, 1993. *Teori dan Filsafat Komunikasi*. Penerbit Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Fisher, Aubrey, B., 1986. *Teori-teori Komunikasi*. Penerbit Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Hanafi, Abdillah, 1984. *Memahami Komunikasi Antar Manusia*. Penerbit Usaha Nasional, Surabaya.
- Krech, David, Cruthfield Richarda, S. and Ballachey Egerton, L., 1962. *Individual in Society*. Mc. Graw Hill, Koga Kusha Ltd, Tokyo.
- Littlejhon, Stephen, W., 1989. *Theories of Human Communications*. Third Edition, Wadsworten, California.
- Moss, Sylvia, Tubbs Stewartd, L., 1996. *Human Communications*. Penerbit Remaja Rosda Karya, Bandung.