

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Seperti halnya ilmu-ilmu sosial lainnya, komunikasi mempunyai berbagai macam definisi. Ini dapat dilihat dari banyaknya definisi yang dikemukakan para ahli komunikasi, antara lain adalah pendapat Hovland berikut :

Communication, is the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of other individuals (communicates). (Komunikasi adalah suatu proses di mana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang (biasanya merupakan lambang bahasa) untuk mengubah perilaku seseorang) (dalam Effendy, 1986:6).

Di samping definisi di atas, Willbur Schramm mengemukakan pendapatnya mengenai pengertian komunikasi sebagai berikut :

Communication berasal dari perkataan latin yang lain; *communis*, yang artinya *common*, sama. Jadi, jika kita mengadakan suatu komunikasi dengan suatu pihak, maka kita akan menyatakan gagasan kita untuk memperoleh *commones* dengan pihak lain itu mengenai suatu objek tertentu (dalam Palapah dan Syamsudin, 1983:2-3).

Untuk memahami komunikasi lebih lanjut, perlu kita lihat defenisi yang dikemukakan oleh ahli berikut ini. Carl I Hovland menjabarkan komunikasi sebagai berikut :

Komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang memindahkan perangsang yang biasanya berupa lambang kata-kata untuk mengubah tingkah laku orang lain. Jadi dengan demikian komunikasi itu adalah persamaan pendapat dan untuk kepentingan itu maka orang harus mempengaruhi orang lain dahulu, sebelum orang lain itu berpendapat,

bersikap dan bertingkah laku yang sama dengan kita (dalam Widjaja, 1988:26).

Dari ketiga pengertian tersebut, untuk sementara dapat diketahui bahwa komunikasi mengandung arti usaha manusia untuk menyampaikan suatu pesan kepada manusia lainnya, dengan harapan agar manusia lain yang menerima pesan tersebut dapat mengubah tingkah lakunya atau mengerti pesan yang disampaikan, sesuai dengan kehendak si pengirim pesan. Penjelasan mengenai hal tersebut, diuraikan dalam buku komunikasi sosial sebagai berikut :

Komunikasi atau kegiatan manusia untuk saling memahami atau mengerti tentang suatu pesan yang dihadapi bersama, yaitu antara pemberi pesan (komunikator) dengan penerima pesan (komunikan), pada umumnya berakhir dengan suatu efek atau hasil. Efek komunikasi dapat didefinisikan sebagai akibat diterimanya suatu pesan oleh komunikan. Perubahan yang dimaksud antara lain:

1. Perubahan pandangan
 2. Perubahan sikap
 3. Perubahan pendapat
 4. Perubahan tingkah laku
 5. Perubahan prestise
 6. Perubahan prestasi
 7. Perubahan harga diri
 8. Perubahan lain-lain yang terjadi pada komunikan atau manusia penerima pesan
- (Sastropetro, 1987:1).

2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Menurut Laswell, lima unsur komunikasi terdapat dalam pertanyaan berikut : “*Who, says what, in which channel, to whom, with what effect?*” :

1. *Who* (unsur apa), yaitu komunikator yakni oranglah yang menyampaikan, mengatakan atau menyiarkan pesan-pesan, baik secara lisan maupun tulisan. Pada hal ini komunikator melihat dan menganalisa faktor yang memprakarsai dan membimbing kegiatan komunikasi.

2. *Says what* (mengatakan apa), pesan yaitu ide, informasi dan opini yang dinyatakan sebagai isi pesan, dengan menggunakan simbol atau lambang yang berarti.
3. *In which channel* (melalui saluran apa), media ialah alat yang dipergunakan komunikator untuk menyampaikan pesan, agar pesan tersebut lebih mudah untuk diterima dan dipahami. Biasanya komunikator menggunakan pers, radio, televisi, dan lain-lain.
4. *To whom* (kepada siapa), komunikan ialah orang yang menjadi sasaran komunikator dalam penyampaian pesan. Untuk itu, seorang komunikator harus mengetahui betul sifat dan kondisi komunikannya.
5. *Effect* (efek), yakni efek atau pengaruh kegiatan komunikasi yang dilakukan komunikator kepada komunikan, sehingga terlihat adanya perubahan yang terjadi dalam diri komunikan (dalam Effendy, 2003:253).

Ahli lainnya menyatakan bahwa agar sebuah komunikasi yang dilakukan efektif, maka perlu diperhatikan beberapa hal (unsur-unsur) sebagai berikut :

1) Komunikator

Komunikator dapat dipahami melalui penjelasan ahli berikut ini, yaitu “komunikator adalah pihak yang bertugas menyampaikan, mensosialisasikan dan juga membangun motivasi pada diri komunikan terhadap pesan atau kebijaksanaan sesuai dengan arah dan tujuan yang diharapkan” (Effendy, 1986:13). Seorang komunikator memiliki tugas yang penting dalam komunikasi.

Adapun tugas komunikator tersebut adalah :

- a. Melakukan *encoding* atau merumuskan ide atau gagasan ke dalam pesan yang dapat dimengerti. Kegiatan *encoding* ini adalah sangat penting dan sulit pula, karena harus dapat memindahkan ide/gagasan ke benak orang lain agar terdapat kesamaan pengertian.
- b. Dalam merumuskan pesan, ia juga harus memilih lambang-lambang yang menjadi titian atau kendaraan bagi ide atau pesan untuk dibawa kepada si penerima pesan,
- c. Komunikatorpun perlu dengan cermat memilih sarana atau medium yang akan dipergunakan untuk menyebarkan pesannya (Susanto, 1984:186)

2) Pesan

Wilbur Schramm menampilkan “*the condition of success in communication*”, yakni kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki, yaitu :

- a) Pesan harus dirancang sedemikian rupa sehingga harus menarik perhatian komunikan.
- b) Pesan harus menggunakan lambang-lambang yang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dengan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.
- c) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
- d) Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok di mana komunikan berada, pada saat ia digerakan untuk memberikan yang dikehendaki
(dalam Effendy, 1986:39).

3) Komunikan

Penjabaran komunikan dijelaskan sebagai berikut, yaitu “komunikan atau penerima pesan merupakan orang yang menerima pesan dari komunikator atau bisa juga disebut objek dari kegiatan komunikasi” (Effendy, 1986:13).

4) Media

Media diuraikan sebagai berikut ini, yaitu “sebuah alat yang digunakan untuk menyalurkan atau mengantarkan pesan kepada komunikan guna mencapai sasaran atau tujuan komunikasi. Penggunaannya sangat tergantung pada tujuan yang hendak

dicapai, pesan yang ingin disampaikan, serta khalayak yang hendak dituju” (Effendy, 1986:13).

5) Efek

Apabila komunikasi yang dilakoni oleh komunikan efektif, maka pesan yang disampaikan tersebut akan menimbulkan perubahan atau efek yang . Perubahan itu disebut dengan efek. Efek atau dampak yang ditimbulkan pada komunikasi dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. *Efek Kognitif*, berkaitan dengan pikiran. Misalnya menjadi tahu karena informasi atau berita menjadi cerdas karena banyak baca buku, menjadi kritis karena sering diskusi dan sebagainya.
2. *Efek Afektif*, bersangkutan dengan perasaan, misalnya menjadi gembira, bangga, sedih, terharu, marah, dan lain-lain disebabkan suatu pesan tertentu yang dikomunikasikan kepada seseorang yang dijadikan sasaran.
3. *Efek Konatif*, adalah efek yang timbul dari suatu kegiatan komunikasi yang berkaitan dengan upaya menjadi kegiatan yang pada gilirannya menjadi tindakan atau perilaku. Efek ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati. Misalnya menjadi lancar berkomunikasi

(Muhibbin, 1995:22).

2.1.3 Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki banyak sekali fungsi. Diantara fungsi-sungsi komunikasi tersebut sangat besar manfaatnya dalam kehidupan manusia. Fungsi-sungsi ini juga tidak dapat dilepaskan dari dalam kehidupan manusia itu sendiri yang sekaligus menjadi alasan manusia itu berkomunikasi. Adapun fungsi komunikasi tersebut antara lain sebagai berikut ini :

- a) Menginformasikan (*to inform*)
Komunikasi memberikan informasi kepada masyarakat. Memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.
- b) Mendidik (*to educated*)
Komunikasi merupakan sarana pendidikan. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.
- c) Menghibur (*to entertain*)
Komunikasi selain berguna untuk menyampaikan informasi, pendidikan dan mempengaruhi, juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.
- d) Mempengaruhi (*to influence*)
Komunikasi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi. Setiap orang yang berkomunikasi tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan, sesuai dengan yang diharapkan
(Effendy, 1997:36).

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa pada dasarnya fungsi dari komunikasi adalah menghibur, memberikan informasi, mendidik, serta mempengaruhi masyarakat ataupun khalayak yang menggunakan media tersebut.

2.1.4 Tipe Komunikasi

Seperti halnya definisi komunikasi, tipe komunikasi pun berbeda di kalangan para pakar. Kelompok sarjana Amerika membagi komunikasi atas lima macam tipe, yakni "*Interpersonal Communication* (Komunikasi Antarpribadi), *Small Group Communication* (Komunikasi Kelompok Kecil), *Organizational Communication* (Komunikasi Organisasi), *Mass Communication* (Komunikasi Massa) dan *Public Communication* (Komunikasi Publik)", (Efendy, 2003:57).

Untuk penelitian ini, tipe komunikasi yang lebih akan dibahas adalah tipe komunikasi kelompok.

2.1.5 Tujuan Komunikasi

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan berbicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut. Dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek dijabarkan beberapa tujuan berkomunikasi, yaitu :

- a. Perubahan sikap(*attitude change*)
 - b. Perubahan pendapat(*opinion change*)
 - c. Perubahan perilaku(*behavior change*)
 - d. Perubahan sosial(*social change*)
- (Effendiy 2006:8).

Sementara itu, dalam buku komunikasi antar manusia menyebutkan bahwa tujuan komunikasi adalah sebagai berikut:

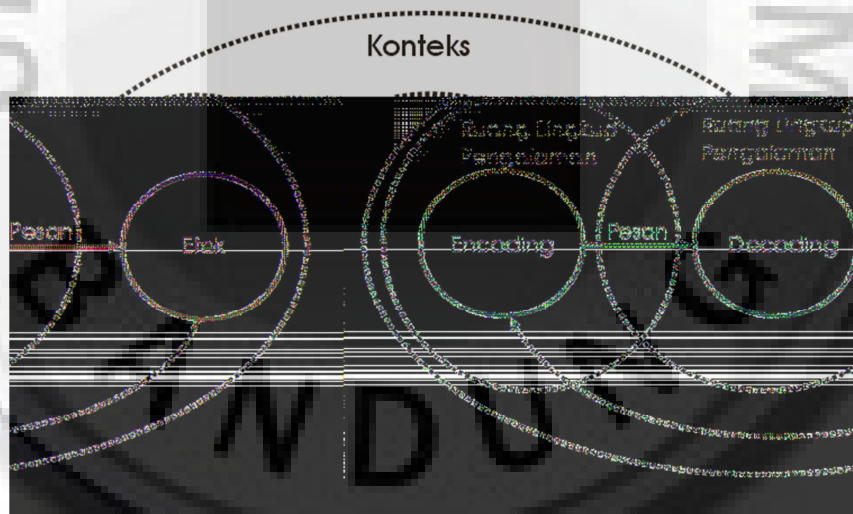
- 1) Menemukan
Dengan berkomunikasi kita dapat memahami secara baik diri kita sendiri dan diri orang lain yang kita ajak bicara. Komunikasi juga memungkinkan kita untuk menemukan dunia luar-dunia yang dipenuhi obyek, peristiwa, dan manusia lain.
- 2) Untuk berhubungan
Salah satu motivasi kita yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain
- 3) Untuk meyakinkan
Media massa ada sebagian besar untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita
- 4) Untuk bermain
Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri. Kita mendengarkan pelawak, pembicaraan, musik, dan film sebagian besar untuk hiburan.

(Devito, 1997:31-32).

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal communication*)

2.2.1 Pengertian Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah “komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal” (Mulyana, 2000:73). Komunikasi antarpribadi menuntut atensi yang tinggi dari setiap individu yang terlibat. Setiap detil yang terjadi, baik verbal maupun nonverbal akan menimbulkan interpretasi yang berbeda bagi setiap individu yang terlibat dalam kegiatan ini. Devit menyatakan bahwa Komponen penting yang terlibat dalam komunikasi antarpribadi diantaranya digambarkan sebagai berikut ini :



Sumber : Soemiati (1982:9)

Gambar 2.1
Model komunikasi Interpersonal Devito

Untuk memahami masing-masing unsur dari gambar di atas, maka berikut penulis jelaskan masing-masing unsur sebagai berikut ini :

- 1) **Konteks**, yaitu pengaruh lingkungan pada waktu berlangsungnya komunikasi, sedikitnya ada 4 macam yaitu konteks fisik, konteks sosial, konteks psikologis dan konteks waktu. Sedikitnya ada 4 macam konteks yang sangat berperan dalam kegiatan komunikasi antarpribadi, yaitu :
 - a) **Konteks Fisik** : Konteks fisik mewakili dimana kegiatan komunikasi tersebut berlangsung, apakah di kelas, ruang tamu, ruang keluarga atau di taman terbuka. Tempat akan sangat berpengaruh jika hubungan diantara individu relatif renggang atau terjadi konflik. Orang yang terlibat konflik akan memilih tempat tertentu yang dianggap netral, aman untuk berkomunikasi, bagi mereka tempat adalah faktor yang sangat penting. Sebaliknya, orang yang hubungannya akrab dimanapun mereka dapat berkomunikasi, tempat bukanlah masalah utama.
 - b) **Konteks Sosial**: Konteks sosial menyangkut peran seseorang, budaya, norma dan etika dimana mereka berkomunikasi. Setiap orang mempunyai peran masing-masing sesuai naskah yang dibuat masyarakat, jika naskah tersebut diperankan dengan baik maka akan tercipta kedamaian. Hubungan Interpersonal akan berkembang baik bila setiap individu bertindak sesuai dengan ekspedisi peranan (*role expectation*) dan tuntutan peranan.
 - c) **Konteks Psikologis** : Menyangkut keadaan emosi komunikator maupun komunikan, apakah sedang marah, sedih, bingung atau gembira. Hal tersebut penting untuk diketahui komunikator agar pesan yang disampaikan diterima secara positif oleh komunikan.
 - d) **Konteks Waktu** : Ada saat-saat tertentu yang bagi sebagian orang dianggap baik untuk berkomunikasi, namun itu sangat subjektif dan identik dengan kesempatan.
 - 2) **Ruang lingkup pengalaman**. Setiap individu pasti memiliki pengalaman yang berbeda, kendati sekelompok orang mengalami peristiwa yang sama, namun masing-masing individu akan memberikan makna yang berbeda pada peristiwa tersebut. Lingkungan, Pendidikan dan banyak faktor lain yang mendasarinya.
 - 3) Pengirim/Sumber
 - 4) Pesan. Informasi/ berita yang dikemas kemudian disampaikan pada sasarannya.
 - 5) Penerima. Orang yang menjadi sasaran kegiatan komunikasi antarpribadi.
 - 6) Efek. Dampak dari kegiatan komunikasi. Efek yang timbul dapat dilihat dari sikap maupun tindakan komunikan.
 - 7) Umpan balik. Respon komunikan terhadap pesan komunikator. Misal, mengernyitkan kening saat mendengar pesan, menganggukan kepala, atau acungan tangan.
- (Soemiati, 1982:9).

2.2.2 Aspek Kognitif Komunikasi Antarpribadi

Dalam upaya memperoleh dan mengembangkan aspek kognitifnya manusia aktif mempelajari stimulus dalam lingkungannya. Salah satu hasil dari pembelajaran kognitif manusia yang didapat dari pengalaman, pengamatan, dan respon stimulus yang diterima oleh manusia tersebut tampak adalah mengenai pemahaman bahasa. Tokoh dalam teori perkembangan kognitif dan pemerolehan bahasa Jean Piaget mengemukakan bahwa informasi yang diperoleh dari lingkungan tidak hanya sekedar ditanamkan dalam pikiran, tetapi akan mempengaruhi perkembangan pemahaman dan kemampuan bahasa mereka melalui proses asosiasi. Hal ini sesuai dengan penjelasan bahwa “anak-anak membangun secara aktif dunia kognitif mereka sendiri; informasi tidak sekedar dituangkan ke dalam pikiran mereka dari lingkungan. Bahwa anak menyesuaikan pemikiran mereka untuk mencakup gagasan-gagasan baru, karena informasi tambahan memajukan pemahaman (Piaget dalam Stantrock, 2002:44). Bekal kemampuan bahasa ini pada akhirnya dapat membantu anak itu sendiri dalam mengembangkan masa depannya kelak.

Melalui bahasa manusia mampu mengembangkan pemikiran dan ide cemerlangnya kepada orang lain, sehingga dapat terjalin suatu komunikasi antar pribadi yang efektif antar siswa-siswi tersebut. Hal ini ditegaskan oleh ahli yang menyatakan bahwa : “Melalui bahasa manusia mampu menggambarkan pikiran dan perasaannya melalui ungkapan kata-kata dan kalimat kepada orang lain, serta ‘mengekspresikan’ pikiran, perasaan, dan perbuatan dengan mengungkapkan kata-kata secara verbal, visual, dan vocal” (Liliweri, 2011:339). Kemampuan

berbahasa ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan efektivitas komunikasi yang sesuai dengan harapan penyelenggaraan komunikasi tersebut.

2.3 Tinjauan Tentang Efektivitas Komunikasi

2.3.1 Pengertian Tentang Efektivitas Komunikasi

Komunikasi merupakan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, bahkan dapat dikatakan komunikasi merupakan kebutuhan hakiki bagi kehidupan manusia. Banyak orang berpendapat bahwa salah satu alasan mengapa kita berkomunikasi adalah untuk memperoleh informasi dan mengetahui terhadap sesuatu yang menarik perhatian kita, sekaligus berinteraksi dengan orang lain. Bagaimana komunikasi harus efektif, hal tersebut tergantung kepada komponen komunikasi, yaitu komunikator; pesan; komunikan; serta efek. Efektivitas disini adalah apabila komunikan sudah menyetujui dan mau berubah atau menyatakan berubah tentang apa yang disampaikan oleh komunikator. Ahli lainnya menyatakan bahwa:

Suatu komunikasi dapat dikatakan efektif atau berhasil bilamana diantara penyebar pesan dan penerima pesan terdapat suatu pengertian yang sama mengenai isi pesan. Isi pesan yang disampaikan oleh penyebar melalui lambang-lambang itu dapat dikatakan sebagai 'titian' atau 'kendaraan'. Untuk simbol yang dipergunakan antara mereka dapat terdiri atas : bahasa baik lisan maupun tulisan, syarat-syarat, gambar-gambar dan tanda-tanda. (Sastropetro, 1990:8)

Komunikator harus tahu khalayak mana yang dijadikan sasarannya dan tanggapan yang diinginkan. Komunikator harus mengirimkan pesan melalui media yang efisien dalam mencapai khalayak sasaran. Maksud dari media yang efisien tersebut adalah media yang tepat atau sesuai dengan tanggapan yang

diinginkan dalam mencapai khalayak sasaran. Komunikasi dikatakan efektif atau berhasil adalah apabila pesan yang disampaikan komunikator itu dapat diterima, adanya saling pengertian sesuai dengan apa yang diharapkan dan diinginkan komunikator serta dapat mengubah sikap komunikan.

2.3.2 Pertimbangan Umum Efektifitas Komunikasi

Menurut ancangan pragmatis, terdapat lima pertimbangan umum yang mempengaruhi efektivitas komunikasi antarpribadi, yaitu : kepercayaan diri, kebersatuan, manajemen interaksi, daya pengungkapan, dan orientasi ke pihak lain, yang dijelaskan sebagai berikut ini :

- a) Kepercayaan diri. Komunikator yang secara sosial memiliki kepercayaan diri akan bersikap santai, tidak kaku, fleksibel dalam suara dan gerak tubuh, tidak terpaku pada nada suara tertentu dan gerak suara tertentu. Sosok yang memiliki kepercayaan diri akan dapat mengendalikan sikapnya. Kepercayaan diri yang rendah membuat individu merasa tegang, kaku serta canggung sehingga individu lain tidak akan merasa nyaman berada dekat dengan individu tersebut. Hal itu membuat kepercayaan diri merupakan aspek penting dalam komunikasi. Komunikasi akan berjalan dengan efektif apabila komunikator memiliki kepercayaan diri yang tinggi sebab dengan adanya kepercayaan diri yang tinggi akan membuat komunikan merasa komunikator sebagai seorang yang dapat dipercaya atau kredibel.
- b) Kebersatuan. Kebersatuan mengacu pada penggabungan antara komunikator dan komunikan, terciptanya rasa kebersamaan dan kesatuan. Komunikator yang memperlihatkan kebersatuan, akan menunjukkan minatnya untuk menjalin komunikasi dengan individu lain dengan memberi perhatian pada individu lain. Apabila komunikator menggunakan bahasa yang menunjukkan kebersatuan dalam arti bahasa yang dapat dimengerti oleh komunikan dan berkonotasi positif, umumnya ditanggapi secara positif juga oleh komunikan. Kebersatuan menyatukan komunikator dan komunikan. Secara nonverbal, kebersatuan dapat diwujudkan dengan memelihara kontak mata, kedekatan fisik serta sosok tubuh yang terbuka meliputi gerak tubuh yang dipusatkan pada orang yang sedang diajak berinteraksi, pandangan yang terfokus, tersenyum dan perilaku lain

yang mengisyaratkan minat komunikator untuk berinteraksi terhadap komunikan. Kebersatuan dikomunikasikan secara verbal dengan berbagai cara, misalnya: menyebut nama lawan bicara, memberikan umpan balik yang relevan, menggunakan kata ganti yang baik, memusatkan perhatian pada kata-kata lawan bicara, serta menghargai pembicaraan orang lain. Adanya kebersatuan akan membuat komunikasi berjalan secara baik dan menyenangkan.

- c) Manajemen interaksi. Manajemen interaksi menekankan pada kedua pihak, masing-masing berkontribusi dalam keseluruhan komunikasi. Menjaga peran sebagai pembicara dan pendengar, melalui gerakan mata, ekspresi vokal, gerakan tubuh dan wajah yang sesuai, saling memberikan kesempatan untuk berbicara merupakan keterampilan manajemen interaksi. Penting untuk menyampaikan pesan verbal dan nonverbal yang saling berkesesuaian dan memperkuat. Pemantauan diri berhubungan secara integral dengan manajemen interaksi interpersonal. Pemantauan diri merupakan manipulasi citra yang ditampilkan kepada pihak lain. Pemantauan diri yang cermat selalu menyesuaikan perilaku mereka menurut umpan balik dari pihak lain untuk mendapatkan efek yang paling menyenangkan. Apabila terdapat manajemen komunikasi antara komunikator dengan komunikan berlangsung baik, maka interaksi yang ada dalam komunikasi juga akan menjadi efektif.
- d) Daya pengungkapan atau ekspresi. Daya pengungkapan atau ekspresi menekankan pada keterampilan mengkomunikasikan keterlibatan tulus dalam interaksi. Daya ekspresi bertanggungjawab atas pikiran dan perasaan, mendorong umpan balik yang relevan. Daya pengungkapan atau ekspresi berarti bahwa komunikator tidak menutup-nutupi perasaannya. Apabila komunikator mempunyai daya pengungkapan atau ekspresi yang tinggi akan dapat mengkomunikasikan informasi yang dimilikinya secara baik. Hal itu akan membuat komunikan merasa senang sehingga komunikasi akan berjalan dengan lancar.
- e) Orientasi ke pihak lain. Orientasi mengacu pada kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan komunikan selama terjadi interaksi. Orientasi tersebut mencakup pengkomunikasian perhatian dan minat terhadap apa yang dikatakan komunikan. Komunikator yang berorientasi pada pihak lain melihat situasi dan interaksi dari sudut pandang lawan bicara dan menghargai perbedaan pandangan. Jika komunikator memiliki kemampuan tinggi untuk menyesuaikan diri dengan komunikan maka akan ada kedekatan antara komunikator dengan komunikan. Kondisi tersebut akan menunjang suksesnya komunikasi. Selama komunikasi berlangsung, individu akan menghargai individu lain sehingga komunikasi dapat berjalan secara efektif.

(Devito, 1997:264-267).

2.3.3 Faktor-Faktor Penunjang Komunikasi Efektif

Agar komunikasi berjalan efektif dibutuhkan suatu kondisi yang harus dipenuhi agar suatu pesan dapat membangkitkan tanggapan atau efek yang kita kehendaki. Kondisi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan
2. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan sehingga sama-sama mengerti
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikasi dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut
4. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikasi berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.
(Sastropetro, 1990:31).

Kondisi tersebut diatas ditunjang dengan faktor-faktor yang ada pada komponen komunikan dan komunikator :

- 1) Faktor pada komponen komunikan
Seseorang akan dan dapat menerima pesan hanya kalau terdapat 4 kondisi berikut ini secara simultan, yaitu :
 - (a) Ia dapat dan benar-benar mengerti pesan komunikasi
 - (b) Pada saat ia mengambil keputusan, ia sadar bahwa keputusan itu sesuai dengan tujuannya
 - (c) Pada saat ia mengambil keputusan, ia sadar bahwa keputusannya itu bersangkutan dengan kepentingan pribadinya
 - (d) Ia mampu untuk menempatkannya baik secara mental maupun secara fisik
- 2) Faktor Komponen Komunikator
Terdapat dua faktor faktor pada komponen komunikator yakni:
 - (a) Kepercayaan pada komunikator.
Kepercayaan yang besar akan meningkatkan daya perubahan sikap sedangkan kepercayaan yang kecil akan mengurangi daya perubahan yang menyenangkan. Kepercayaan kepada komunikator mencerminkan bahwa pesan yang terima komunikan dianggap benar dan sesuai dengan kenyataan empiris, selain itu umumnya diakui bahwa komunikator dianggap sebagai seorang ahli apabila keahliannya itu khas atau bersifat umum seperti yang timbul dari pendidikan atau status sosial atau jabatan profesi yang lebih tinggi.

(b) Daya tarik komunikator

Seorang komunikator akan mempunyai kemampuan untuk memperbaiki sikap melalui mekanisme daya tarik, jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengan mereka dalam hubungannya dengan opini secara memuaskan. Terdapatnya kecenderungan yang kuat pada orang-orang untuk menyukai orang lain kalau mereka merasa bahwa orang lain tadi mengambil bagian dalam kepercayaannya

(Effendy, 2000:41-45).

Faktor Kebahasaan dan Non Kebahasaan. Saat seseorang berkomunikasi mereka tidak berbicara untuk dirinya sendiri melainkan berbicara dengan menyangkut keberlangsungan komunikasi dua arah. Pentingnya faktor kebahasaan dan non kebahasaan dalam berkominikasi :

1. Faktor Kebahasaan

a) Lafal yang benar

Lafal menyangkut pengucapan dan kata yang benar saat pengucapan, pengucapan kata-kata harus jelas terdengar. Contoh pengucapan unit dibaca yunit dll.

b) Aksentuasi

Aksentuasi atau tekanan kata, dalam bahasa indonesia tekanan kata tidak membedakan makna katanya akan tetapi secara umum tekanan kata jatuh pada satu suku kata sebelum suku kata akhirnya. Jadi dalam penggunaan aksentuasi ini dapat menghindari monoton seseorang dalam menyampaikan informasi atau pesan.

c) Jeda

Pemenggalan kalimat atau jeda biasanya tidak terlepas dari dialektika seseorang, yaitu bahasa daerah. Pemenggalan kata tergantung pada perasaan bahasa seseorang akan tetapi kemampuan ini dapat ditingkatkan melalui latihan memahami makna setiap makna dalam setiap kata dalam hubungan kalimat.

d) Diksi

Diksi merupakan pilihan kata yang digunakan MC dalam membawakan acara. Kata yang digunakan hendaknya tepat, jelas dan bervariasi. Selain itu harus menggunakan kata yang sudah dikenal di masyarakat. Misalnya kata 'tepat' dari pada 'efisien', 'hemat' dari pada 'efisien'.

e) Intonasi

Penggunaan intonasi yang baik pendengar akan dapat memahami informasi dan meningkatkan daya tarik sehingga pendengarpun senang, bangga dan puas mengikuti jalannya acara. Intonasi menyangkut empat hal yaitu tekanan, nada, tempo dan jeda.

f) Enuasi
Enuasi adalah kejelasan pengucapan kata dan ketepatan pemenggalan kalimat. Hal ini penting dalam berkomunikasi khususnya saat melakukan publik speaking dengan teks, maka diperlukan cara berbicara dengan memperhatikan pemenggalan kata yang tepat.

g) Menggunakan kalimat secara efektif
Kalimat efektif yaitu kalimat yang mengandung pesan yang jelas, kalimat efektif terbukti jika pendengar memahami apa yang dikatakan oleh pembicara. Contoh : kepada ibu, waktu dan tempat kami sediakan. Lebih tepat jika. Kepada ibu, kami persilahkan.

2. Faktor Non-Kebahasaan

a) Bersikap tenang

Sikap tenang dalam berkomunikasi khususnya komunikasi publik diperlukan, hal ini bermaksud agar mampu menguasai situasi yang ada di sekitar tempat acara, untuk mendukung sikap tenang maka diperlukan penguasaan terhadap materi yang akan disampaikan.

b) Tampil mengesankan

Tampil mengesankan yaitu tampil dengan penuh wibawa, cerah, bersemangat, wajar, tidak berlebih-lebihan, tidak manja, dan tidak malu-malu. Tampil mengesankan sangat penting karena penilaian orang lain biasanya lebih cenderung terhadap penampilan luar sebelum mengarah kepada penilaian kemampuan diri.

c) Cepat tanggap dan kaya inisiatif

Berbicara di depan umum sikap ini sangat penting ketika acara berjalan mendadak diluar rencana, hal ini dimaksudkan agar ketidak seusaian rencana tersebut tidak disadari oleh orang lain.

d) Kaya improvisasi

Kemampuan ini berkaitan dengan kekayaan rasa humor, jika seorang MC mempunyai rasa humor yang tinggi maka acara yang dilaksanakan tidak terkesan monoton, selain itu improvisasi diperlukan agar tidak kaku ketika melangsungkan acara.

e) Tidak emosional

Hendaknya dapat menahan rasa sedih, kesal, marah dan sebagainya.

f) Memiiki suara yang enak di dengar

Suara yang enak didengar adalah suara yang bersonansi bergema bukan suara yang bernada tinggi dan nyaring melengking.

(Badudu, Rendra dan Dewi, 2012:50-57).