

**MATI SEBELUM MATI:
PERSPEKTIF KOMUNIKASI DALAM KEHIDUPAN
MANUSIA**

Oleh:

Fairus, M.A.

Dosen Pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry

Email: fairus.mainuri@gmail.com

Abstract

Human success is influenced by communication skills through sending and receiving one or combination of five types of messages (visual message, tactile message, olfactory message, gustatory/taste message, and auditory message). They are prerequisites for the birth of various approaches or perspectives when placing communication as a scientific discipline. Like traveling by plane, good communication is as important element as sophisticated aircraft engines and navigation tools that are completely automated. So that the plane does not fall and reach the destination, the pilot must not only ensure that the engine is on and all navigation equipment is functioning properly, but must also ensure communication with the partners in the cockpit, cabin, and airport tower runs well. Otherwise, poor communication is like a malfunction of the engine and a malfunction of the navigation device. These two things have the potential to be a factor in airplane accidents which can result in the loss of lives of people on flights, even people at airports or settlements. The illustration above and various perspectives on communication shows that communication is not just a means to support life, even the basis of life. Someone can feel dead, even dead in the true sense, if no communication or no one is willing to communicate with him. Therefore, the adage that “even in silence someone is still communicating” is still significant. Someone, if they do not communicate verbally, in fact they can still communicate nonverbally. Without good communication, they have “died” before they die.

Keywords: *perspective, communication, human*

Diterima: Februari. **Disetujui:** Maret 2019. **Diterbitkan :** Juni 2019

Abstrak

Kesuksesan manusia dipengaruhi oleh keterampilan berkomunikasi melalui pengiriman dan penerimaan salah satu maupun gabungan dari lima jenis pesan, yakni pesan penglihatan (*visual message*), pesan sentuhan (*tactile message*), pesan penciuman (*olfactory message*), pesan pengucapan (*gustatory message*), dan pesan pendengaran (*auditory message*). Kelima jenis pesan ini menjadi prasyarat lahirnya berbagai pendekatan atau perspektif ketika menempatkan komunikasi sebagai suatu disiplin ilmu (*science*). Ibarat melakukan perjalanan menggunakan pesawat, komunikasi yang baik merupakan unsur yang sama pentingnya dengan mesin pesawat yang canggih dan alat-alat navigasi yang serba otomatis. Agar pesawat tak jatuh dan mencapai destinasi, pilot bukan hanya harus memastikan mesin tetap hidup dan semua peralatan navigasi berfungsi baik, tapi mesti memastikan pula komunikasi dengan para mitra di kokpit, kabin, serta menara bandara berjalan dengan baik. Jika tidak, komunikasi yang buruk tak ubahnya bagai kerusakan mesin dan malfungsi alat navigasi. Dua hal ini potensial menjadi faktor penyebab kecelakaan pesawat yang dapat mengakibatkan hilangnya nyawa orang-orang dalam penerbangan, bahkan orang-orang di bandara atau pemukiman. Tamsilan perihal pesawat dan berbagai perspektif tentang komunikasi menunjukkan bahwa komunikasi tidak sekadar sarana untuk menunjang kehidupan, tetapi bahkan dasar kehidupan (*basic of life*). Seseorang bisa merasa mati, bahkan mati dalam arti sesungguhnya (denotatif), bila tidak melakukan komunikasi atau tidak ada orang yang bersedia melakukan komunikasi dengannya. Di sinilah, adagium bahwa “dalam kondisi diam pun sebenarnya seseorang tetap melakukan komunikasi” menemukan signifikansi. Seseorang, bila tidak berkomunikasi dengan lisan secara verbal, sesungguhnya ia tetap dapat berkomunikasi secara nonverbal. Tanpa komunikasi yang baik, mereka telah “mati” sebelum mati.

Kata kunci: *perspektif, komunikasi, manusia*

A. Pendahuluan: Cerita Komunikasi

Peristiwa yang terjadi tiga tahun lalu sebagaimana dideskripsikan berikut ini menjadi cerita pembuka untuk

melihat urgensi serta satu di antara sejumlah perspektif dalam keilmuan komunikasi. Dikutip dari *Koran Tempo* edisi 10 Juli 2013, peristiwa ini menyangkut sebab-musabab jatuhnya pesawat Boeing 777 milik Asiana Airlines di Bandara Internasional San Francisco.

Sabtu 6 Juli 2013 pukul 11:26 waktu setempat, Boeing 777 milik Asiana Airlines Korea Selatan jatuh di Bandara Internasional San Francisco, Amerika Serikat. Pesawat dengan nomor penerbangan 214 rute Seoul - San Fransisco itu membawa 307 penumpang termasuk 16 awak kabin. Saksi mata menyebutkan, ekor pesawat mem-bentur landasan pacu ketika hendak mendarat. Dalam hitungan detik, pesawat terbakar dan penumpang berhamburan. Dua penumpang tewas, 181 orang mengalami luka ringan dan luka serius, dan yang lainnya selamat.

Yoon Young-doo, CEO Asiana Airlines, dalam jumpa pers di Seoul, Korea Selatan menyatakan tidak ada yang bermasalah dengan pesawat naas tersebut. Pesawat itu masih cukup baru, dibeli pada Maret 2006. Berdasarkan pengecekan terakhir, tidak ada kesalahan masalah di mesin.

Dalam penerbangan ke San Francisco itu, pesawat dikemudikan oleh empat pilot dengan jadwal rotasi 10 jam penerbangan. Pilot yang paling senior adalah Lee Jung-min dengan pengalaman terbang selama 12.387 jam, termasuk 3.220 jam menerbangkan Boeing 777. Lee Jung-min baru menerima lisensi instruktur Boeing 777 sebulan sebelum insiden ini. Sedangkan yang paling junior adalah Lee Kang-kook dengan catatan penerbangan 9.793 jam terbang, 43 jam di antaranya dalam penerbangan Boeing 777. Menerbangkan Boeing 777 dengan tujuan San Francisco itu merupakan pengalaman pertama bagi Lee junior.

Kepala Keamanan Transportasi Amerika Serikat, Deborah A. P. Hersman dalam konferensi pers di San Francisco menyatakan pesawat itu jatuh karena terbang terlalu lambat saat akan mendarat. Pesawat itu terbang dengan kecepatan 103 knot, padahal kecepatan yang diperlukan untuk mendarat di bandara tersebut adalah 137 knot.

Namun tampaknya bukan faktor teknis itu yang benar-benar membuat pesawat tak terkendali hingga jatuh. Dalam rekaman suara kokpit, pilot Lee Jung-min, sebagai instruktur Lee Kang-kuk, baru memerintahkan peningkatan kecepatan pesawat dua detik sebelum kecelakaan terjadi. Padahal tanda-tanda kecelakaan sudah tampak beberapa menit sebelumnya. Sebaliknya, seperti diberitakan, Lee Kang-kuk hanya mengandalkan mesin otomatis pesawat ketimbang bertanya kepada Lee Jung-min.

Oleh sebab itu, kultur Asia dituding menjadi salah satu faktor minimnya komunikasi antarpilot yang memicu kecelakaan Asiana. Menurut Najmedin Meshkati, pakar keselamatan penerbangan dari University of Southern California, sejumlah dokumen penelitian mengenai keselamatan penerbangan menunjukkan, pada kultur negara tertentu, pilot junior enggan mempertanyakan kewenangan pilot senior alias *ewuh pe-kewuh*. Kebiasaan seperti itu, kata Meshkati, sangat berbahaya dalam konsep mana-jemen kokpit.¹

Dalam perspektif komunikasi, peristiwa di atas dapat dianggap sebagai salah satu bentuk kegagalan komunikasi akibat faktor budaya. Terlihat bahwa kedua Lee tidak mampu berkomunikasi dengan baik karena faktor budaya “senior dan

¹ *Koran Tempo* edisi 10 Juli 2013.

yunioritas”. Lee yunior, yang mengemudikan pesawat ketika hendak mendarat, tampaknya tak berani ber-tanya meskipun menyadari ada bahaya yang sedang mengancam. Itu sebabnya ia lebih banyak mengandalkan mesin otomatis pesawat (*mode on*). Sebaliknya, Lee senior yang mengambil posisi kopilot menggantikan Lee yunior, cenderung menunggu alternatif-alternatif tindakan yang mestinya dilakukan sang yunior. Ia tidak aktif memberikan arah-an kepada Lee Kang-kuk yang memang masih menjalani latihan menerbangkan Boeing 777. Lee yunior segan bertanya, Lee senior menunggu untuk ditanya. Praktis, pada detik-detik kritis penerbangan Asiana Airlines saat itu, komunikasi pilot dan kopilot tak terjadi.

Bukan sekali ini saja sebetulnya kecelakaan pesawat yang disebabkan kegagalan komunikasi. Dua di antaranya terjadi di dalam negeri. Kecelakaan Sukhoi Superjet 100 (SSJ-100) di Gunung Salak Jawa Barat yang terjadi pada tanggal 9 Mei 2012 juga disebabkan faktor komunikasi. Sebelum pesawat dengan nomor penerbangan RA 36801 itu menabrak gunung, pilot Alexandr Yablontsev terdengar berbicara dengan seorang pilot senior Indonesia yang disebut-sebut mewakili maskapai yang berniat membeli pesawat. Pembicaraan mereka seputar keunggulan jet Sukhoi buatan Rusia.

Saking asyiknya berdiskusi (sebenarnya lebih tepat disebut mengobrol), Yablontsev mengabaikan dua hal: peringatan bahaya di kokpit, dan permintaan informasi oleh kopilot Alexander Kochetkov tentang cuaca. Yablontsev dan pilot senior Indonesia itu terus mengobrol. Kini sudah soal konsumsi avtur Sukhoi. Yablontsev bahkan memerintahkan Kochetkov memutarakan jet sekali lagi. Namun, melihat awan gelap merungkup, Kochetkov bertanya tentang keyakinan untuk kembali ke Bandara Halim Perdanakusumah. Karena masih mengobrol, Yablontsev tak mendengar permintaan itu meskipun kopilot mengulanginya hingga tiga kali. Ia hanya memerintahkan Kochetkov mengontak menara kontrol agar dipandu mengarah ke Halim. Kochetkov menjawab ia akan memberi tahu menara kontrol jika sudah berputar dan moncong jet telah sepenuhnya mengarah ke Halim. Namun, monitor di kokpit tak menunjukkan titik Halim karena awan kian tebal. Mereka pun tak sadar moncong pesawat mengarah ke Gunung Salak. Parahnya lagi, Yablontsev selaku *pilot in command (PIC)* mematikan alarm tanda bahaya karena berasumsi bahwa peringatan-peringatan dari pengatur lalu lintas udara Bandara Halim Perdanakusumah tersebut terjadi akibat database yang

bermasalah yang mengakibatkan terputusnya kontak dengan pihak bandara.²

Penerbangan yang semula diniatkan sebagai *joy flight* promosi Sukhoi Civil Air-craft Company, di hari kedua itu pun mengalami kecelakaan tragis. Pada 10 Mei 2012 atau sehari kemudian, Basarnas berhasil menemukan lokasi pesawat jatuh. Semua awak dan penumpang meninggal dalam kecelakaan ini. Sukhoi pun hancur. Ada 45 orang di dalam jet naas tersebut, termasuk tiga jurnalis asal Indonesia serta 14 penumpang dari maskapai penerbangan Sky Aviation yang bermaksud membeli pesawat serupa.³

Kerusakan sistem komunikasi yang sering berlanjut dengan terputusnya komunikasi antara pilot dan petugas menara bandara terdekat, kerap menjadi penyebab jatuhnya pesawat. Tragedi Adam Air pada 1 Januari 2007 dapat menjadi pembenar atas argumen-tasi ini. Pesawat yang berangkat pukul 12.55 WITA dari Bandara Juanda Surabaya itu seharusnya tiba pukul 16.14 WITA di Bandara Sam Ratulangi Manado. Namun, pada jad-wal yang telah ditentukan, pesawat tersebut tak pernah tiba—bahkan hingga saat ini. Se-belum jatuh di Teluk Majene, Sulawesi Selatan, penerbangan Adam Air nomor 574 dari

² *Kompas* edisi 11 Mei 2002.

³ *Republika* edisi 2 Januari 2007.

Jakarta - Surabaya - Manado ini putus kontak dengan pengatur lalu lintas udara Bandara Hasanuddin Makassar. Kontak terakhir mereka terjadi pada pukul 14.53 WITA.

Beberapa kasus yang disebutkan di atas jelas memperlihatkan bahwa komunikasi yang baik merupakan unsur yang sama pentingnya dengan mesin pesawat yang canggih dan alat-alat navigasi yang serba otomatis. Agar pesawat tak jatuh, pilot bukan hanya harus memastikan mesin terus hidup dan semua peralatan navigasi berfungsi baik, tapi mesti memastikan pula komunikasi dengan para mitra di kokpit, kabin, serta menara bandara berjalan dengan baik. Jika tidak, komunikasi yang buruk—sekali lagi, seperti terindikasi dalam tiga kasus kedirgantaraan di atas—tak ubahnya bagai kerusakan mesin dan mal-fungsi alat navigasi yang potensial menjadi penyebab kecelakaan sehingga mengakibatkan hilangnya nyawa orang-orang dalam penerbangan, bahkan orang-orang di bandara atau pemukiman akibat tertimpa pesawat yang jatuh.

Dengan mengambil tamsilan dari cerita pesawat yang jatuh sebagaimana dideskripsikan di atas, catatan Ibnu Hamad terhadap buku *Communication and Human Behavior* karya Brent D. Ruben dan Lea P. Stewart pun mengonklusikan pentingnya kepastian dan efektifitas komunikasi dalam kehidupan manusia. Bahkan, dalam konteks kedirgantaraan,

dapat dinyatakan tidak ada penerbangan jika tidak ada komunikasi di dalamnya.

Penerbangan adalah perjalanan dengan komunikasi: sejak keberangkatan hingga ke-datangan pilot senantiasa berkomunikasi dengan pengatur lalu lintas bandara terdekat. Tanpa putus dan tak boleh terputus. Pilot harus terus-menerus melaporkan keberadaan pesawat, meminta bantuan navigasi atau minta izin pendaratan jika diperlukan kepada petugas menara bandara terdekat di mana pun ia terbang di seluruh wilayah dunia. Sekali saja mengabaikannya, berarti ia sedang mengundang bahaya. Apalagi jika sang pilot memutuskan komunikasi sama sekali, sama ia sedang membawa pesawat, awak, dan seluruh penumpangnya, kepada kehancuran. Tak pelak, bagi dunia penerbangan, komunikasi adalah untuk keselamatan, untuk kehidupan.⁴

Penulis sepakat dengan pernyataan terakhir Ibnu Hamad, Guru Besar Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia ((FISIP UI) itu. Cerita tentang pesawat maupun berbagai realitas dalam kehidupan sehari-hari jelas menunjukkan bahwa komunikasi tidak sekadar sarana untuk menunjang kehidupan, tetapi bahkan menjadi dasar kehidupan (*basic of life*); bukan hanya untuk manusia melainkan juga bagi makhluk lain seperti hewan dan tumbuhan. Seperti

⁴ Ibnu Hamad, “Komunikasi untuk Kehidupan” dalam Brent D. Ruben dan Lea P. Stewart, *Komunikasi dan Perilaku Manusia* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), h. vii.

halnya oksigen dan makanan, komunikasi diperlukan pula untuk menjamin kehidupan makhluk hidup. Tanpa oksigen, manusia, hewan, dan tumbuhan, niscaya mati. Makhluk yang enggan makan maupun minum, lama-lama pun bisa mati. Dalam konteks komunikasi, seseorang bisa merasa mati—bahkan mati dalam arti sesungguhnya (denotatif)—bila tidak melakukan komunikasi atau tidak ada orang yang mau melakukan komunikasi dengannya. Itulah sebab, dalam konteks keilmuan komunikasi ada adagium bahwa dalam kondisi diam pun sesungguhnya seseorang tetap melakukan komunikasi; tidak dengan lisan secara verbal, tetapi secara non-verbal. *Life is communication, communication meaning life.*

B. Pertukaran dan Jenis Pesan Komunikasi

Sebagai dasar kehidupan, komunikasi pada makhluk hidup terjadi melalui pertukaran pesan. Terdapat lima jenis pesan yang lazim digunakan dalam konteks ini, yakni pesan penglihatan (*visual message*), pesan sentuhan (*tactile message*), pesan penciuman (*olfactory message*), pesan pengucapan (*gustatory message*), dan pesan pendengaran (*auditory message*).⁵ Melalui pesan penglihatan, manusia bisa saling

⁵ *Ibid.* h. viii.

bertukar lambang, gambar, dan tanda lainnya untuk dibaca dan ditafsirkan sehingga menimbulkan makna serta bermanfaat bagi diri sendiri, orang lain, bahkan lingkungannya. Dengan pesan sentuhan, seseorang dapat berbagi perasaan sekalipun tak terucapkan. Bahkan untuk pengungkapan perasaan, pesan melalui sentuhan dipercayai lebih efektif dibanding pesan yang disampaikan melalui perkataan. Pesan penciuman memberikan manusia kesadaran dan ke-waspadaan dengan apa yang terjadi di sekitarnya sekaligus memberi mereka ruang pikiran mengenai respons yang seharusnya dilakukan. Begitu pula dengan pesan pengecap. Pesan ini memberi seseorang kemampuan untuk memahami perihal apa yang sedang dialami dan tindakan apa pula yang sebaiknya dilakukan. Terakhir, pesan pendengaran. *Auditory message* dengan sangat jelas telah memungkinkan manusia melakukan percakapan dengan berbagai orang untuk membicarakan beragam topik.

Dengan memanfaatkan salah satu atau gabungan dan kelima jenis pesan itu manusia menyelenggarakan kehidupan. Sebelum seseorang lahir, ayah dan ibunya pasti menggunakan komunikasi untuk membangun hubungan, mulai dan perkawanan hingga perkawinan. Dengan komunikasi pula, mereka menunjukkan kasih sayang kepada anak-anaknya, bahkan semenjak masih dalam kandungan. Melalui komunikasi

pula, anak-anak di-ajarkan berbagai pengetahuan, nilai, dan norma untuk menjalani kehidupan. Islam sebagai agama dan pandangan hidup pun diperkenalkan kepada anak-anaknya melalui komunikasi. Menginjak usia remaja, anak-anak mulai memanfaatkan salah satu atau gabungan dari kelima jenis pesan yang disebutkan di atas untuk dijadikan navigasi kehidupan. Pada tahap ini, cita-cita hidup mereka sangat besar potensinya dipengaruhi oleh pesan-pesan yang mereka terima sebelumnya.

Dalam usia yang lebih dewasa, manusia telah memanfaatkan bermacam pesan untuk pertahanan diri selaku pribadi atau sebagai anggota masyarakat. Dengan memahami bermacam pesan, mereka akan memahami sikap dan tindakan apa yang sebaiknya dilakukan atau dihindari; orang, peristiwa, atau objek yang seharusnya didekati dan dihindari, serta benda atau barang yang semestinya dimiliki maupun dibuang. Dengan demikian, manusia potensial mempertahankan diri: mengambil manfaat dari situasi dan kondisi yang menguntungkan sekaligus berupaya lolos dari semua hal yang mengancam keselamatan diri.

Pada tingkat lanjut, dengan menggunakan pesan pada aspek visual (penglihatan), seseorang dapat menandai kepemilikan suatu tempat atau wilayah yang menjadi daerah teritorialnya. Tanda yang digunakan bisa amat sederhana dan

bersifat alamiah, semisal ban ukuran besar atau bendera yang diletakkan pada batas wilayah; bisa pula sangat rumit dan bersifat abstrak seperti tulisan atau simbol-simbol yang dirancang khusus. Jika diperluas, makna kepemilikan ini bukan hanya pada aspek teritori *ansich* tetapi termasuk pula benda, bangunan, gagasan, dan sejenisnya.

Tak hanya manusia, hewan pun memanfaatkan pesan untuk menandai kepemilikan teritorialnya. Kebanyakan hewan menggunakan pesan penciuman berupa bau badan dan kotorannya sendiri. Hewan-hewan yang memiliki kuku tajam memakai pesan sentuhan berupa cakaran di batang pohon atau tanah untuk menunjukkan wilayah kekuasaannya. Jika terjadi pelanggaran atas batas-batas teritori itu, biasanya terjadi pertarungan di antara mereka. Dalam konteks inilah maka penandaan—baik secara visual, aroma (bau), mau-pun sentuhan—dinyatakan dilakukan dengan cara berkomunikasi, yakni dengan menggunakan salah satu atau gabungan dari lima jenis pesan yang telah disebutkan sebelumnya.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa makhluk hidup—terutama sekali manusia dan hewan—menggunakan komunikasi untuk tumbuh dan berkembang. Bahkan ketika masih dalam buaian, saat belum bisa berkata-kata, manusia-kecil sudab diajak berkomunikasi oleh orang-orang di sekitarnya sebagai bagian

dan upaya mereka membuat bayi mampu bertahan hidup. Terbukti untuk keberlanjutan hidupnya, bayi bukan hanya memerlukan makanan dan minuman, tetapi juga komunikasi. Respons seorang bayi atas pesan yang disampaikan kepadanya justru menunjukkan ia masih hidup. Sebaliknya, bayi yang tidak lagi merespons pesan yang disampaikan kepadanya, menandakan ia telah meninggal. Karena itu, semakin bertambah umur seseorang selaku individu, semakin sering dan kian di-rasakannya keperluan untuk melakukan komunikasi. Kini, tak hanya antarindividu, di dalam komunitas, atau antarkelompok, manusia bahkan menggunakan komunikasi dengan memakai beragam media guna memenuhi kebutuhan dasar, aktualisasi diri, dan kepentingan sosial.⁶

Dalam keluarga, komunikasi adalah kegiatan keseharian manusia. Pertukaran pesan antaranggota suatu keluarga merupakan keniscayaan yang diperlukan bukan saja untuk mempertahankan, tetapi sekaligus untuk, menghidupkan keluarga itu. Tanpa komunikasi di dalamnya, berarti sudah tidak lagi terdapat eksistensi keluarga tersebut. Melalui komunikasi, keluarga membangun ikatan, membicarakan agenda, menyelesaikan masalah, dan membangun masa depan. Keluarga

⁶ Ibnu Hamad, "Komunikasi untuk Kehidupan", h. ix.

harmonis ditandai dengan bagusnya komunikasi di tengah-tengah mereka.

Untuk perkawanan, komunikasi digunakan untuk mencari calon teman, memilih dan menentukan siapa yang menjadi teman biasa dan teman karib. Komunikasi juga di-pakai, baik secara terbuka atau tertutup, untuk memelihara persahabatan dan mengakhiri perkawanan. Pertukaran pesan yang konstruktif lazimnya berlangsung di antara orang-orang yang ingin mempertahankan perkawanan. Sebaliknya, pertukaran pesan yang des-truktif cenderung berlangsung di antara orang-orang yang hendak mengakhiri perka-wanan.

Komunikasi yang berkualitas dalam perkawanan, potensial mengantarkan sepasang teman lak-laki dan perempuan ke jenjang perkawinan. Melalui pesan-pesan verbal dan nonverbal yang saling mereka kirimkan, mereka dapat menilai dan memutuskan layak ti-daknya perkawanan mereka dilanjutkan ke jenjang perkawinan. Boleh jadi penilaiannya tepat sehingga perkawinan mereka berlangsung sepanjang hayat; tetapi jika penilaiannya keliru, mereka bisa mengoreksi kembali terhadap keputusan perkawinan itu: mereka da-pat menggunakan komunikasi untuk mempertahankan, mengakhiri, atau mengembang-kan perkawinan tersebut.

Seperti halnya keluarga, komunikasi bagi kelompok adalah ikatan yang menyatukan orang-orang di dalam kelompok. Kelompok ada, jika komunikasi di dalamnya ada. Bila sudah tidak terdapat lagi komunikasi antara anggota kelompok, kelompok itu sudah tidak lagi memiliki eksistensi. Pada konteks inilah terlihat bahwa di dalam kelompok, komunikasi berfungsi untuk membentuk identitas dan menetapkan tujuan kelompok. Kelompok dengan intensitas komunikasi yang baik, umumnya berhasil memenuhi tujuan dan kebutuhan-kebutuhan kelompok.

Dalam suatu organisasi, komunikasi diibaratkan sebagai darah di dalam tubuh. Aktivitas komunikasi itulah yang mengantar perintah dari atasan kepada bawahan; menyampaikan laporan dari bawahan kepada atasan; atau mengabarkan informasi antarposisi yang setara maupun antarstaf. Dengan adanya lalu lintas perintah, laporan, dan informasi tersebut membuat organisasi bekerja mencapai tujuan-tujuannya. Bayangkan saja, andai kata komunikasi dalam organisasi itu terhenti, maka tentu tak bakal terdapat lagi perintah dan laporan, organisasi pun berhenti beraktivitas. Jika kondisi begini berlangsung hingga waktu yang lama, bisa saja organisasi menjadi bubar.

Untuk menyelenggarakan kehidupan sosial, jelas sekali kalau manusia memakai komunikasi. Ketika bersosialisasi dengan kenalan atau tetangga, seseorang pasti menggunakan komunikasi. Saat melakukan transaksi guna mendapatkan barang atau jasa, si A maupun si B mesti memanfaatkan komunikasi. Melalui komunikasi pula mereka mencari, mengumpulkan, mengolah, menyimpan, dan menemukan kembali informasi maupun ilmu pengetahuan. Singkat kata, manusia membangun dan mengembangkan sistem sosial dengan komunikasi. Nilai, norma, dan lembaga sosial dibentuk serta diberlakukan kepada para anggota sistem sosial melalui proses komunikasi.

Hubungan antarbangsa dalam sistem global pun dilaksanakan melalui komunikasi. Di sinilah terlihat bahwa hubungan diplomatik antarnegara sebenarnya adalah hubungan yang banyak diisi oleh kegiatan komunikasi. Dengan komunikasi pertemuan antardelegasi atau interaksi antarwarga berbeda negara dilakukan. Karena itu, praktik diplomasi yang lazim dilaksanakan oleh pimpinan dan staf kedutaan sebuah negara pada dasarnya adalah praktik komunikasi dalam rangka mempererat hubungan antarnegara. Justru untuk memperkuat tali persahabatan antarnegara itu pulaitulah, strategi

komunikasi yang di-anggap paling jitu sering digunakan dalam berdiplomasi.

Sebagai umat beragama, pelaksanaan kehidupan keagamaan juga banyak diisi oleh kegiatan komunikasi, terutama dalam relasi makhluk dan Sang Khaliq. Inilah yang di dalam konsepsi Islam dinamakan sebagai doa. Melalui doa, manusia mengomunikasikan keinginan dan asanya kepada Tuhan. Ketika menghadapi kesulitan dan ketidaknyamanan, biasanya mereka semakin banyak berkomunikasi (berdoa) kepada Tuhan dengan harapan Tuhan melenyapkan kesukaran tersebut dan menggantinya dengan keberkahan, *magh-firah*, serta kasih sayang.

Pesan dan *point* penting yang ingin penulis sampaikan hingga paragraf ini sesungguhnya adalah tentang betapa mendasarnya peran serta fungsi komunikasi dalam kehidupan manusia. Tanpa komunikasi, tentu saja dari perspektif komunikasi, tiada kehidupan. Seperti halnya cerita tentang pesawat terbang yang menjadi tamsilan pembuka di awal makalah ini, keberhasilan penerbangan membawa penumpang selamat hingga destina-si—baik yang dilakukan Boeing 777 Asiana Airlines, Adam Air, maupun Sukhoi buatan Rusia—sangat ditentukan oleh komunikasi yang mereka praktikkan bersama para pihak yang terlibat di dalam

penerbangan tersebut. Maka, berangkat dari tamsilan ini, bergerak atau diamnya makhluk hidup, tentu saja akan sangat bergantung pada komunikasi yang dilakukannya. Terpenuhi atau tidaknya seluruh atau sebagian hajat seseorang sangat ditentukan oleh keberhasilannya dalam melakukan komunikasi. Sukses atau gagalnya kehi-dupan manusia dalam aspek sosial, politik, ekonomi, psikologis, hingga spiritual banyak dipengaruhi oleh keterampilan komunikasi yang mereka miliki. Tanpa komunikasi yang baik, mereka telah “mati” sebelum mati.

C. Perspektif Komunikasi

Dalam realitas kehidupan sehari-hari, rerata orang telah sangat terbiasa melakukan komunikasi untuk memenuhi beragam keperluan hidup. Bahkan, kalangan tuna wicara sekalipun tetap dapat melakukan komunikasi untuk menyampaikan keinginan maupun memperoleh sesuatu yang mereka hajatkan. Menariknya, banyak orang melakukan hal itu tanpa menggunakan teori atau metode tertentu, bahkan tak sedikit di antaranya mampu berkomunikasi dengan sangat baik: tulisannya energik, wicaranya menarik, pengemasan pesannya cantik, dan gaya menuturnya pun logis-rasionalis. Sedemikian hebat caranya berkomunikasi sehingga semua pesan yang disampaikan mudah ditangkap oleh para ko-munikati. Berkat

kemampuan berkomunikasi seperti itu, biasanya karier pribadi dan karier sosial seseorang dapat melesat dengan cepat.

Begitupun, tentu saja tidak semua orang mampu berkomunikasi secara alamiah dengan sangat baik. Untuk itulah pendidikan dan pelatihan komunikasi diperlukan. Dengan menyadari bahwa komunikasi bukanlah ilmu murni, tetapi ilmu terapan, maka komunikasi dapat dipelajari untuk diterapkan. Sebaliknya, dengan mempertimbangkan pula bahwa komunikasi tidak semata-mata ilmu terapan, maka orang-orang yang mempelajarinya niscaya bakal memperoleh perspektif dan teori di samping kiat-kiat praktis dalam menjalani proses berkomunikasi.

Realitas dan alasan sebagaimana disebut itulah yang menyebabkan komunikasi diklaim sebagai ilmu sekaligus seni (*science and art*). Sebagai ilmu, komunikasi memiliki tiga dimensi filosofis, yakni ontologi, epistemologi, dan aksiologi. Ilmu komunikasi memiliki sejumlah teori dan pendekatan ilmiah yang dapat dipelajari di bangku kuliah. Sebagai seni, komunikasi menyediakan petunjuk praktis perihal bagaimana menjadi komunikator dan komunikan yang baik yang biasanya dapat dikuasai melalui kursus dan pelatihan. Tentu saja yang terbaik di antara kedua hal ini adalah bilamana seseorang mampu menguasai keduanya, yakni ilmu komunikasi (*science of*

communication) sekaligus seni dalam penyampaian komunikasi (*art of communication*). Mempraktikkan komunikasi berdasarkan ilmu niscaya bakal menghasilkan komunikasi yang lebih berkualitas.

Sebagai *science*, komunikasi memiliki cakupan dan karakteristik tersendiri. Berdasarkan analisis yang dilakukan E. M. Griffin terhadap bidang kajian komunikasi, misalnya, komunikasi dapat dilihat atas tujuh tradisi: sosiopsikologis, sibernetik, retorik, semiotik, sosio-kultural, kritikal, dan fenomenologi.⁷ Sedangkan Fisher mengajukan empat perspektif dalam teori komunikasi berdasarkan cara kerja, yakni mekanistik, psikologis, interaksional, dan pragmatis.⁸

Teori-teori komunikasi juga sering dilihat dan segi topik, seperti dilakukan Littlejohn dengan teori sistem, tanda dan bahasa, wacana (*discourse*), produksi pesan, proses dan penerimaan pesan, interaksionalisme simbolik, dramatisme, naratif, realitas sosial dan budaya, pengalaman dan interpretasi, serta teori kritis.⁹ Ada pula yang melihat komunikasi dari aspek topik dan tingkatannya sebagaimana dikerjakan oleh Heath dan

⁷ E. M. Griffin, *A First Look at Communication Theory* (Boston-Toronto: McGraw Hill, 2003), h. 21-36.

⁸ Lebih lengkap lihat, Aubrey B. Fisher, *Teori-teori Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya), h. 1986.

⁹ Stephen W. Littlejohn, *Theories of Human Communication* (Belmont-Toronto: Wadsworth Publishing Company, 1999), h. 39-225.

Bryant. Keduanya menggunakan perspektif bahasa, makna, pesan, informasi dan ketidak-pastian, persuasi, komunikasi interpersonal, komunikasi organisasi, dan komunikasi mas-sa.¹⁰

Pandangan lain melihat komunikasi dan cara orang mempraktikkan atau menggu-nakannya dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk kepentingan personal ataupun profesional. Dalam konteks ini dikenal lima perspektif, yakni transmisionis, *display*, mencipta makna (*generating of meaning*), ritual, dan komunikasi sebagai wacana (*communication as discourse*).

Perspektif transmisionis merupakan pandangan yang paling dikenal dan paling da-sar dalam komunikasi. Pandangan ini menekankan pada pengiriman pesan dari sumber kepada penerima melalui suatu saluran tertentu dengan suatu efek.¹¹ Komunikasi diang-gap sebagai proses penyampaian pesan yang relatif lancar tanpa hambatan. Proses komu-nikasi dipandang berjalan secara linier, dan satu arah. Fiske memasukkan model-model komunikasi dari Shannon-Weaver, Gerbner, Lasswell,

¹⁰ Lebih jelas lihat, Robert L. Heath dan Jannings Bryant, *Human Communication Theory and Research: Concept, Context, and Challenges* (Mahwah, New Jersey-London: Lawrence Erlbaum Associa-te Publisher, 2000).

¹¹ Dennis McQuail, *Mass Communication Theory* (London-Thousand Oaks-New Delhi: Sage Publi-cation, 1994), h. 51.

Newcomb, Westley-MacLean, dan Jakobson ke dalam kelompok ini.¹²

Betapa liniernya komunikasi itu terutama dapat dilihat dalam model Lasswell yang mendeskripsikan komunikasi sebagai “*siapa mengatakan apa, melalui saluran yang ma-na, kepada siapa, dengan efek apa*”. Dalam model ini, komunikasi digambarkan sebagai proses yang sangat lancar. Begitu seorang narasumber (*siapa*) mengirimkan pesan (*me-ngatakan apa*) melalui sebuah media (*melalui saluran yang mana*) kepada penerima (*ke-pada siapa*) maka akan muncul efek (*dengan efek apa*). Model Lasswell sama sekali ti-dak memperhitungkan karakteristik masing-masing komponen komunikasi. Tidak diper-timbangkan, misalnya, siapa komunikator yang lebih cocok untuk berbicara dengan pe-nerima yang memiliki latar belakang berbeda secara sosiokultural maupun psikologis. Ju-ga tak dibicarakan perihal saluran apa yang sebaiknya digunakan untuk menjangkau ane-ka jenis komunikati (khalayak, publik). Begitu pula soal efek komunikasi. Komunikasi diasumsikan selalu memberi hasil positif sesuai harapan. Dalam model Shannon-Weaver ini memang telah diperhitungkan aspek gangguan (*noise*), tetapi tetap tidak menghilang-kan sifat

¹² Jhon Fiske, *Introduction to Communication Studies* (London and New York: Routledge, 1991), h. 6-38.

transmisionisnya. Padahal, gangguan—baik teknis, semantis, maupun huma-nis—justru menjadi sesuatu yang harus diatasi agar proses pengiriman pesan dapat berja-lan dengan lancar.

Dapat disimpulkan bahwa perspektif transmisionis cenderung melihat komunikasi secara mekanistik. Prosesnya ibarat menyalurkan arus listrik dari sumbernya ke bola-bola lampu atau alat-alat elektronik lainnya melalui suatu kabel. Begitu alat-alat itu mempero-leh arus listrik, langsung menyala. Jika tidak menyala, berarti terdapat *noise* sehingga ha-rus dicari penanganan terhadap *noise* agar lampu-lampu dapat menyala. Nah, komunikasi antarmanusia tidak *ansich* seperti itu. Komunikasi antarmanusia tidak semata-mata dapat dilihat secara mekanistik.

Meskipun demikian, dewasa ini masih banyak orang yang memakai pendekatan transmisionis dalam membangun komunikasi dengan orang lain. Hal ini kerap terjadi di kalangan orang-orang yang merasa dirinya berkuasa sehingga menganggap orang lain se-batas petugas penerima apa pun pesan yang dikatakannya. Ibarat sumber dan bola lampu dalam tamsilan di atas, sebagai sumber informasi (komunikator) ia menduga pembicara-an yang dilakukannya pasti didengar dan bakal menimbulkan efek terhadap pendengar. Orangtua yang otoriter, dosen yang masuk dalam kategori “*old fashion*”,

direktur dan pimpinan yang totaliter, serta pemerintah yang despotik, sangat sering menggunakan per-spektif komunikasi jenis ini.

Berbeda dari perspektif transmisionis di atas, dalam perspektif *display* komunikasi dilihat sebagai usaha memamerkan sejumlah pesan guna menarik perhatian publik. Ko-munikasi dianalogkan sebagai kegiatan pedagang yang memajang barang-barang dagangannya di etalase toko. Dalam perspektif ini komunikasi didayagunakan untuk menampilkannya sebanyak mungkin pesan atau informasi guna menarik perhatian banyak orang.¹³ Pembuatan *curriculum vitae* (CV) atau daftar riwayat hidup ketika melamar suatu pekerjaan merupakan sebagian dari contoh penggunaan perspektif *display*. Di dalam CV, segala informasi yang dianggap penting biasanya tuliskan agar pembaca tertarik kepada si pemberi CV.

Perspektif ini dikenal pula dengan model publisitas, sebuah model komunikasi yang menekankan pentingnya usaha-usaha memberikan informasi kepada publik (publisitas) agar mereka tahu dan menyadari terhadap adanya ide atau pesan yang disampaikan. Berbekal pengetahuan dan kesadaran ini diharapkan publik memahami serta menyukai apa yang

¹³ Dennis McQuail dan Sven Windahl, *Communication Model for The Study of Mass Communication* (New York: Longman, 1996), h. 56-57.

disampaikan. Di level lapangan, petugas relasi publik (*public relation*) atau hu-mas suatu perusahaan sering kali melakukan upaya publisitas ini, antara lain melalui pembuatan *press release* atau *press conferences* untuk “memajang” kinerja institusinya di hadapan publik. Jika dilihat secara cermat halaman demi halaman koran, majalah, dan tabloid, semuanya tampak *display* informasi agar masyarakat tertarik lalu membacanya.

Jadi, berbeda dari perspektif transmisionis yang mementingkan pengiriman pesan, perspektif *display* lebih mengutamakan hasil dari komunikasi berupa perhatian (*attention*) khalayak. Model *display-attention* atau model publisitas ini biasanya dicirikan oleh tiga hal, yakni:¹⁴

- (1) Perhatian umumnya hanya diberikan kepada hal-hal tertentu saja. Pengiriman pesan hanya sekadar memperoleh perhatian sehingga hasil dan proses komunikasi cenderung tidak dapat diukur;
- (2) Perhatian dipusatkan pada masa sekarang. Masa depan tidak diperhitungkan kecuali sekadar kelanjutan dan pengembangan dari masa sekarang. Masa lalu sama sekali tidak diperhitungkan;
- (3) Perolehan perhatian merupakan tujuan yang berdiri sendiri dan tidak memiliki tujuan instrumental (khusus)

¹⁴ Ibnu Hamad, “Komunikasi untuk Kehidupan”, h. ix.

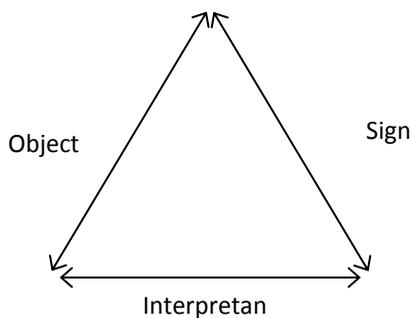
lain. Dengan demikian perolehan perhatian dapat dipandang sebagai proses yang bernilai netral.

Di luar perspektif transmisionis dan *display*, pada perspektif menciptakan makna (*generating of meaning*) komunikasi dianggap sebagai upaya untuk menghadirkan makna tertentu di benak komunika (peserta yang terlibat di dalam proses komunikasi, biasanya disebut dengan istilah komunikan). Maksud seseorang berkomunikasi bukanlah mengi-rimkan pesan semata, tetapi yang lebih esensial adalah hendak menanamkan makna ter-tentu di dalam pikiran penerima. Karena itu, pilihan tanda (*signs*) dalam komunikasi menjadi sangat mendasar agar makna yang dikirimkan dapat dipahami oleh orang lain.¹⁵

Pentingnya pilihan tanda dalam mencipta makna lazim dijelaskan oleh teori segi ti-ga makna atau *triangle meaning theory*. Menurut teori ini, makna adalah hasil dari proses pertemuan antara penggunaan tanda yang merujuk pada objek (yang ditandai) dan akal pikiran yang mencerna tanda tersebut. Makna yang muncul akan berbeda (berubah) jika tanda yang digunakan juga berbeda (berubah).

¹⁵ Jhon Fiske, *Introduction to Communication Studies* (London and New York: Routledge, 1991), h. 39-63.

Dalam khazanah ilmu komunikasi, masalah penggunaan tanda dan maknanya ini dibahas secara mendalam melalui ranah semiotika. Di sana, tanda (*signs*) dianggap terdiri atas ikon (*icons*) yang dicirikan oleh kemiripan—seperti foto wajah seseorang mirip dengan pemilik wajah tersebut; indeks (*index*) yang dicirikan oleh keterkaitan—seperti asap menandakan adanya api; dan simbol (*symbol*) yang dicirikan oleh kesepakatan—misalnya “lampu merah” disepakati sebagai suatu pengetahuan dan tindakan untuk berhenti. Dalam konteks inilah terlihat bahwa semua makna kata pada dasarnya merupakan hasil dari kesepakatan di antara para pengguna kata-kata itu.¹⁶

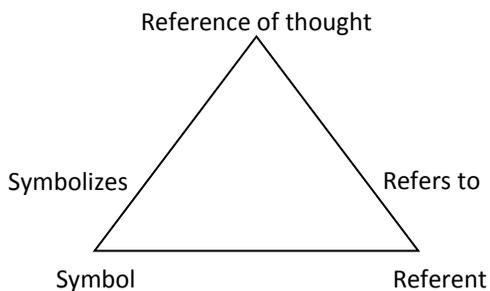


Gambar 1. Elemen Makna Peirce¹⁷

¹⁶ Lebih jelas lihat, Arthur A. Berger , *Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2000).

¹⁷ Diadaptasi dari Peirce di dalam Ibnu Hamad, “Komunikasi untuk Kehidupan”, h. *xiii*.

Oleh karena setiap tanda cenderung memiliki makna berbeda, apalagi jika dikaitkan dengan konteksnya, maka menurut perspektif ini penggunaan tanda (ikon, indeks, dan simbol) harus dipertimbangkan secara cermat sesuai dengan makna yang hendak di-ciptakan. Apalagi jika hal tersebut dikaitkan pula dengan pengembangan posisi suatu produk (*product positioning*) pada dunia pemasaran atau citra lembaga pada dunia relasi publik (*public relation*).



Gambar 2. Semantik Triangle Richard¹⁸

Dengan melihat argumentasi di atas, tentu dapat dipahami mengapa dunia pemasaran dan periklanan menjadi pihak yang paling banyak menggunakan perspektif komunikasi jenis *generating of meaning*. Dalam rangka menciptakan *positioning* suatu produk, mereka memilih bentuk, logo, dan merek tertentu. Mereka hanya menggunakan tanda— termasuk gambar, kata,

¹⁸ *Ibid.*

kalimat, lagu, dan musik—yang dianggap mewakili selera target pasar mereka. Para pengiklan menyadari betul bahwa komunikasi pemasaran tidak di-maksudkan sebatas mengirimkan pesan tentang adanya produk, melainkan untuk mena-namkan makna tertentu di benak banyak orang mengenai produk tersebut.

Di sisi lain, dunia sosial dan politik pun mengadopsi perspektif ini. Hampir setiap organisasi kemasyarakatan (ormas), organisasi sosial (orsos), organisasi kepemudaan dan pengkaderan, dan bahkan partai politik (parpol) berijtihad memilih tanda yang paling re-presentatif bagi organisasinya. Bukan saja bentuk logo atau lambang yang dipertimbang-kan, melainkan juga warna, slogan, serta atribut lainnya. Semua ini dilakukan untuk membangun *positioning* dan citra lembaga di mata publik.

Perspektif lain komunikasi adalah sebagai wacana (*communication as discourse*). Komunikasi dalam pandangan ini dilakukan dalam rangka menciptakan “kenyataan lain” atau “kenyataan kedua” melalui pembentukan sebuah wacana (*discourse*) sebagai “peng-ganti” dari realitas atau kenyataan pertama. Cara yang ditempuh dalam pembentukan wa-cana itu adalah dengan suatu proses yang disebut konstruksi realitas atau *construction of reality* sehingga realitas yang telah diwacanakan

itu dapat disebut sebagai realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed of reality*).

Didasarkan atas skema yang diilustrasikan Hamad berikut ini dapat terlihat bahwa proses konstruksi realitas oleh pelaku (2) dimulai dengan adanya realitas pertama berupa keadaan, benda, pikiran, orang, peristiwa, dan sebagainya (1). Secara umum, sistem ko-munikasi adalah faktor yang mempengaruhi sang pelaku konstruksi dalam membuat wa-cana. Dalam sistem komunikasi libertarian, wacana yang terbentuk akan berbeda dalam sistem komunikasi otoritarian. Secara lebih khusus, dinamika internal dan eksternal (4) yang mengenai diri si pelaku konstruksi tentu saja sangat mempengaruhi proses konstruksi. Ini juga menunjukkan bahwa pembentukan wacana tidak berada dalam ruang *vakum*. Pengaruh itu bisa datang dan pribadi si pembuat konstruksi dalam bentuk kepentingan idealis dan ideologis maupun dari kepentingan eksternal (khalayak sasaran) sebagai pasar atau sponsor (5).¹⁹

Untuk melakukan konstruksi realitas, pelaku konstruksi memakai suatu strategi tertentu (6). Tidak terlepas dan pengaruh eksternal dan internal, strategi konstruksi ini mencakup pilihan bahasa mulai dari kata hingga paragraf yang

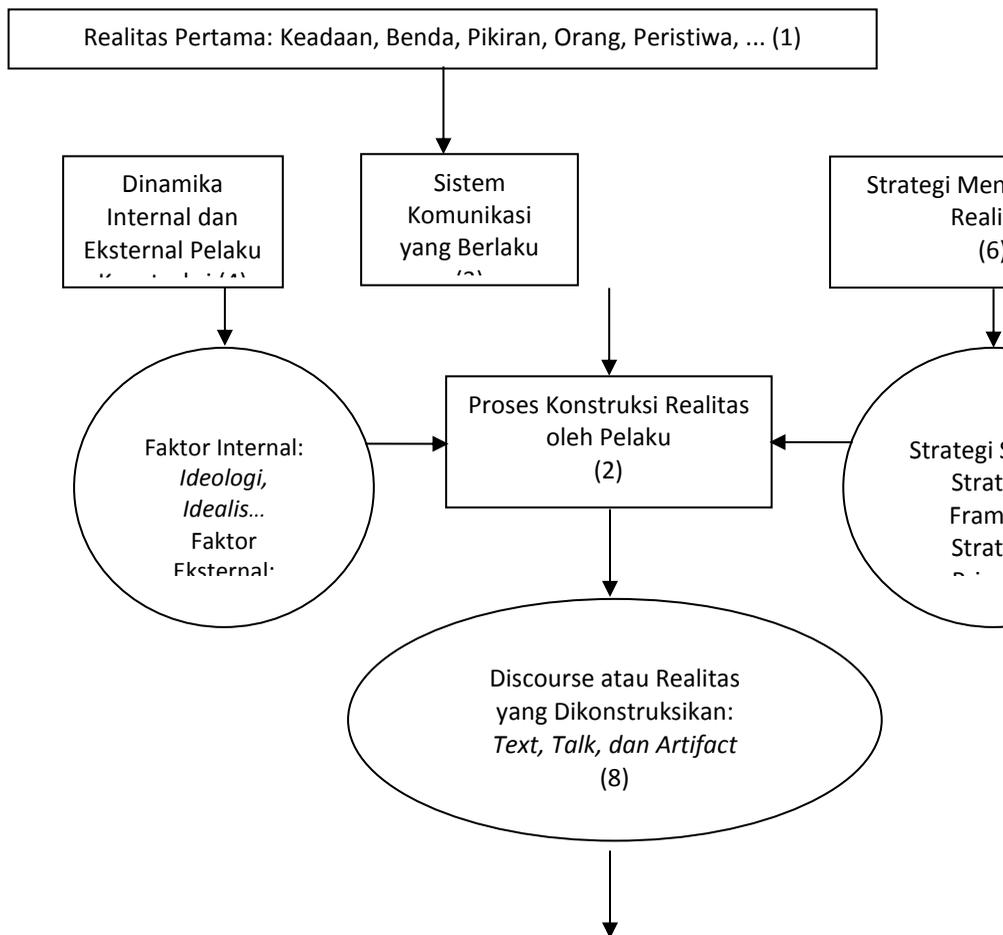
¹⁹ Ibnu Hamad, *Konstruksi Realitas Politik di Media Massa: Sebuah Study Kritikal Discourse Analysis* (Jakarta: Grovit, 2004), h. 32.

biasanya disebut sebagai strategi *signing*; pilihan fakta yang akan dimasukkan/dikeluarkan dari wacana (strategi *framing*); dan pilihan teknik menampilkan wacana di depan publik yang disebut strategi *pre-ming* (7). Selanjutnya, hasil dari proses ini adalah wacana (*discourse*) atau realitas yang dikonstruksikan (8), berupa tulisan (*text*), ucapan (*talk*) atau peninggalan (*artifact*). Oleh karena *discourse* yang terbentuk telah dipengaruhi oleh berbagai faktor, maka dapat dikatakan bahwa di balik wacana itu terdapat makna dan citra yang diinginkan serta kepentingan yang sedang diperjuangkan (9).²⁰

Dalam konteks demikianlah maka pengertian *discourse* sebagaimana diungkapkan Gee dapat dipahami dengan baik. Ia membedakan *discourse* ke dalam dua jenis. Pertama, “*discourse*” (dengan d kecil) yang melihat bagaimana bahasa digunakan pada tempatnya (*on site*) untuk memerankan kegiatan, pandangan, dan identitas atas dasar-dasar linguistik. Kedua, “*Discourse*” (dengan D besar) yang merangkaikan unsur linguistik pada “*discourse*” (dengan d kecil) bersama-sama unsur non-linguistik (*non-language “stuff”*) untuk memerankan kegiatan, pandangan, dan identitas. Bentuk *non-language “stuff”* ini dapat berupa kepentingan ideologi, politik, ekonomi, dan sebagainya. Komponen *non-language “stuff”* itu

²⁰ *Ibid.*

pula yang membedakan cara beraksi, berinteraksi, berperasaan, kepercayaan, penilaian satu komunikator dan komunikator lainnya dalam mengenali atau mengakui diri sendiri dan orang lain.²¹



²¹ Lebih jelas lihat, James Paul Gee, *An Introduction to Discourse Analysis, Theory and Method* (London-New York: Routledge, 2000), h. 26.

Gambar 3. Proses Konstruksi Realitas²²

Di tengah persaingan antarkelompok yang makin tajam dewasa ini mulai tingkat grup, komunitas, lokal, nasional, hingga global, tampaknya perspektif *communication as discourse* inilah yang banyak dipergunakan. Di tingkat global, negara-negara Barat cenderung membuat *Discourse* tertentu tentang dunia Islam. Bukan sekadar sebutan yang dipakai semisal terorisme, fundamentalisme, dan sejenisnya, *opinion maker* Barat acapkali mengonstruksi Islam sebagai agama yang penuh dengan kekerasan, barbar, dan tidak hu-manis.²³ Sebaliknya mereka mewacanakan dirinya sebagai bangsa yang *civilized*, mengedepankan hak azasi manusia, dan demokratis. Media Barat pun cenderung membentuk *Discourse* yang menyerang peradaban lain. Ketika Perang Dingin masih berlangsung, ideologi komunislah yang terkena *Discourse* negatif guna membangun opini mengenai kejamnya

²² Pierce di dalam Ibnu Hamad, “Komunikasi untuk Kehidupan”, h. xiii.

²³ Ibnu Hamad, “Komunikasi untuk Kehidupan”, h. xviii.

komunisme.²⁴ Sedangkan pasca Perang Dingin, khususnya setelah Tragedi 911, media Barat menjadikan Islam sebagai sasaran *Discourse* minor agar muncul opini betapa berbahayanya Islam. Hal serupa terjadi pula pada pemberitaan tentang kasus du-gaan penistaan agama yang dilakukan Basuki Tjahaya Purnama menjelang akhir tahun 2016 di Indonesia. *Discourse* negatif dibentuk terhadap opini dan aksi-aksi yang dilakuk-an umat Islam yang meminta persoalan penistaan tersebut diselesaikan secara adil di de-pan hukum.

Dalam panggung politik, penggunaan *Discourse* bahkan telah hampir menjadi tra-disi. Ini untuk menyebut bahwa perspektif komunikasi jenis ini memang sudah menjadi langgam atau sudah sangat terbiasa dipraktikkan. Para aktor politik, meminjam hasil ana-lisis Nimmo, senantiasa menciptakan *Discourse* manakala mereka berbicara politik (*poli-tical talks*). Hal itu dilakukan bukan saja untuk kepentingan menyampaikan ideologi poli-tik yang diyakininya, melainkan juga untuk menciptakan opini publik demi meraih ke-untungan-keuntungan politik yang ingin diperolehnya; entah itu kekuasaan, jabatan, atau-pun material.²⁵ Dalam konteks inilah maka sangat dapat

²⁴ Erward S. Herman dan Noam Chomsky, *Manufacturing Consent: The Political Economy of The Mass Media* (New York: Pantheon Books, 1992), h. 59.

²⁵ Ibnu Hamad, “Komunikasi untuk Kehidupan”, h. xviii.

dipahami mengapa media-media massa yang dekat dengan suatu kekuatan politik atau parpol tertentu cenderung membuat *Discourse* yang positif tentang parpol atau orang-orang di balik parpol tersebut.

Sadar atau tidak, penceramah, *dā'i*, instruktur, atau motivator sesungguhnya kerap pula mempraktikkan model *Discourse* ini. Baik untuk kepentingan ideal maupun tujuan yang lebih pragmatis, mereka menggunakan *Discourse* untuk mempengaruhi komunikan-nya. Dibangunnya *Discourse* kebaikan untuk memberi kabar gembira; sebaliknya diciptakannya *Discourse* keburukan untuk menakut-takuti individu tertentu, *jamā'ah*, khala-yak atau publik.

Dari berbagai contoh dan konsep sebagaimana disebutkan di atas, terlihat bahwa komunikasi sebagai wacana dapat dimanfaatkan untuk kebaikan dan perdamaian sebagai-mana ia dapat pula disalahgunakan untuk kejelekan dan peperangan. Seperti besi yang dapat dibuat peralatan tukang atau peralatan perang; demikian pula pesan dapat dibuat sebagai *Discourse* untuk kemanfaatan atau untuk kehancuran. Tinggal memilih ingin di-gunakan untuk tujuan an kepentingan yang mana. Bila seseorang dekat dengan hal-hal bersifat spiritual dan transendental yang meyakini ada kehidupan lain sesudah

kematian, ia pasti akan menjadikan *Discourse* sebagai sarana membangun wacana-wacana positif, kebaikan, dan perdamaian.

Walapun demikian, dalam aspek yang menyentuh dimensi spiritual, transendental, dan keagamaan, *Discourse* tidak menjadi satu-satunya perspektif bila dilihat dari kaca-mata keilmuan komunikasi. Perspektif ritual merupakan cara pandang yang paling banyak digunakan terhadap aktivitas komunikasi jenis ini. Ibarat sebuah ritus (aktivitas ibadah), komunikasi dalam perspektif ritual dilakukan untuk memelihara kebersamaan dan solidaritas komunitas. Para partisipan dalam komunikasi dilibatkan untuk saling merasa memiliki sehingga menjadi “*jamā‘ah*” dari komunitas tersebut. Kegiatan komunikasi (penggunaan pesan) digunakan untuk berbagi (*sharing*), berpartisipasi, berasosiasi, persahabatan (*fellowship*), dan memelihara keyakinan yang sama (*the possession of common faith*).²⁶

Berdasarkan analisis yang dilakukan James W. Carey terhadap berbagai aktivitas komunikasi manusia, ciri-ciri komunikasi ritual setidaknya teridentifikasi atas sejumlah hal berikut, yakni:²⁷

²⁶ Ibnu Hamad, “Komunikasi untuk Kehidupan”, h. xiv.

²⁷ James W. Carey, *Communication as Culture, Essays on Media and Society* (Boston: Unwin Hy-man, 1989), h. 13-36.

- (1) Komunikasi dikaitkan dengan terminologi-terminologi seperti berbagi (*sharing*), partisipasi (*participation*), asosiasi (*association*), persahabatan (*fellowship*), memiliki keyakinan yang sama (*the possession of common faith*);
- (2) Komunikasi dalam pandangan ini tidak diarahkan untuk menyebarluaskan pesan melainkan ditujukan untuk memelihara (*to maintenance*) satu komunitas dalam suatu waktu;
- (3) Komunikasi tidak diarahkan untuk memberikan informasi melainkan untuk meng-hadirkan kembali kepercayaan bersama;
- (4) Proses komunikasi diibaratkan sebagai upacara suci (*sacred ceremony*). Setiap orang berada dalam suasana persahabatan dan kebersamaan;
- (5) Penggunaan bahasa tidak disediakan untuk kepentingan informasi, tetapi untuk konfirmasi (peneguhan nilai komunitas); tidak untuk mengubah sikap atau pemi-kiran, tapi untuk menggambarkan sesuatu yang dianggap penting oleh komunitas; tidak untuk membentuk fungsi-fungsi, tetapi untuk menunjukkan sesuatu yang sedang berlangsung dan mudah pecah dalam sebuah proses sosial;

- (6) Komunikati/komunikasikan dilibatkan dalam ritus keagamaan, tidak hanya menjadi pengamat atau penonton;
- (7) Pemilihan simbol komunikasi berakar dari tradisi komunitas pelaku komunikasi ritual itu sendiri.

Selain tujuh hal di atas, McQuail dan Windahl melengkapi ciri-ciri tersebut dengan menambahkan sejumlah aspek lain. Menurut mereka, komunikasi ritual:²⁸

- (1) Bergantung pada pengertian dan perasaan bersama. Komunikasi ini bersifat mera-yakan (*celebratory*), menikmati (*consummatory*), dan menghias (*decorative*);
- (2) Pesan yang disampaikan biasanya bersifat tersembunyi (laten) dan bermakna ganda (ambigu), tergantung pada hubungan dan simbol yang tersedia dalam suatu kebudayaan, bukan simbol yang dibuat oleh partisipan komunikasi;
- (3) Medium dan pesan umumnya susah dipisahkan. Artinya, medium itu sendiri bisa menjadi pesan. Bagi suatu kebudayaan, medium dapat memiliki makna tertentu;

²⁸ Dennis McQuail dan Sven Windahl, *Communication Model for...*, h. 54-55.; Dennis McQuail, *Mass Communication Theory*, h. h. 50-51.

- (4) Simbol berfungsi sebagai simbolisasi untuk ide-ide dan penilaian atas keramah-tamahan, perayaan, dan persahabatan; bukan menjadi alat untuk tujuan tertentu.

Dari sejumlah identifikasi di atas terlihat bahwa penggunaan pesan dalam komunikasi ritual lebih dimaksudkan untuk memelihara suatu komunitas, bukan untuk sekadar menyebarkan pesan. Penyebaran pesan tidak sebatas untuk memberikan informasi, melainkan untuk menghadirkan kembali kepercayaan bersama. Konsekuensinya adalah, simbol-simbol komunikasi harus berakar dari tradisi komunitas itu sendiri. Cara penyampaian pesan harus bersifat tidak langsung, melainkan tersamar (laten) dan penuh makna mendua (ambigu). Bahkan, medium dan pesan susah dipisahkan. Bagi suatu komunitas, medium acapkali adalah pesan itu sendiri.

Di Indonesia, terutama dalam kelompok-kelompok tradisional, komunikasi berperspektif ritual ini masih sering dipakai. Hal yang sama terjadi juga pada kelompok-kelompok solidaritas yang umumnya mengedepankan aspek psikografis seperti agama, ideologi, dan gaya hidup. Bagi mereka, komunikasi difungsikan untuk menjaga kebersamaan dan solidaritas kelompok. Di luar itu, perusahaan atau institusi yang memiliki *corporate culture* yang mapan serta egaliter kerap kali

pula menggunakan teknik komunikasi ritual ini untuk menciptakan iklim komunikasi yang produktif.

Di tengah heterogenitas masyarakat Indonesia, baik atas dasar fisik (*race*), suku (*ethnic group*), budaya (*culture*), status sosial dan ekonomi (*the have or have not, poor or rich*), dan agama (*religion*), perspektif komunikasi ritual dapat digunakan sebagai pendekatan untuk menciptakan integrasi. Apalagi Indonesia sedang berjuang keras menjadi negara demokratis yang mengharuskan para *stakeholder* bangsa berada pada posisi seta-ra. Peristiwa demonstrasi 212 yang terjadi pada 2 Desember 2016 sebagai bentuk protes atas isu penistaan Islam—khususnya Sūrah Al-Mā'idah ayat 51—oleh petahana Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaya Purnama jelas memperlihatkan berlakunya proses komunikasi ritual ini. Ketika pesan-pesan solidaritas dan kebersamaan umat Islam dari berbagai elemen didiseminasikan, pesan tersebut mendapat respons dengan hadirnya jutaan umat Islam dari berbagai penjuru Indonesia guna menggelar Aksi Damai Bela Islam di Silang Monas, Jakarta.²⁹ Sebelumnya, komunikasi ritual berhasil pula

²⁹ Aksi Damai Demo 2 Desember 212 Jutaan Umat Islam Putihkan Monas, <https://www.youtube.com/watch?v=3sMchUZB5Oo>, diakses 3 Desember 2016.; pemberitaan sejenis didiseminasikan pula oleh berbagai media di Indonesia, baik cetak, online, dan elektronik.

menggerakkan ma-syarakat Muslim Indonesia menyatu di Bundaran Hotel Indonesia pada 4 Nopember 2016 untuk menuntut ditegakkannya hukum dan keadilan di Indonesia, khususnya pada kasus penistaan agama.

D. Penutup

Sukses atau gagalnya kehidupan manusia dalam aspek sosial, politik, ekonomi, psi-kologis, hingga spiritual, dipengaruhi oleh keterampilan komunikasi yang dilakukan melalui pengiriman dan penerimaan salah satu maupun gabungan dari lima jenis pesan, yak-ni pesan penglihatan (*visual message*), pesan sentuhan (*tactile message*), pesan penciu-man (*olfactory message*), pesan pengucapan (*gustatory message*), dan pesan pendengaran (*auditory message*). Berbagai cara pandang (perspektif) terhadap pemahaman maupun praktik/seni berkomunikasi meniscayakan keterlibatan kelima jenis pesan tersebut. Dari kelima jenis pesan ini pula lahir berbagai pendekatan atau tradisi ketika menempatkan komunikasi sebagai suatu disiplin ilmu (*science*). Tradisi-tradisi itu terdiri atas banyak aspek dan sudut pandang. Ada yang melihatnya atas dasar relasi bidang kajian komuni-kasi, topik yang

dikomunikasikan, topik komunikasi dan tingkatannya, serta komunikasi dan cara orang mempraktikkan atau menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk kepentingan personal maupun profesional. Dalam konteks yang disebut terakhir ini, misalnya, dikenal lima perspektif, yakni transmisionis, *display*, *generating of meaning*, ritual, dan komunikasi sebagai wacana.

Apapun perspektif yang digunakan setiap orang dalam melakukan komunikasi, ma-ka ibarat melakukan perjalanan kehidupan menggunakan pesawat, komunikasi yang baik merupakan unsur yang sama pentingnya dengan mesin pesawat yang canggih dan alat-alat navigasi yang serba otomatis. Agar pesawat tak jatuh dan mencapai destinasi dengan selamat, pilot bukan hanya harus memastikan mesin terus hidup dan semua peralatan na-vigasi berfungsi baik, tapi mesti memastikan pula komunikasi dengan para mitra di kok-pit, kabin, serta menara bandara berjalan dengan baik. Jika tidak, komunikasi yang buruk —seperti terindikasi dalam tiga kasus kedirgantaraan yang diceritakan di bagian awal makalah ini—tak ubahnya bagai kerusakan mesin dan malfungsi alat navigasi. Dua hal ini potensial menjadi faktor penyebab kecelakaan pesawat yang dapat mengakibatkan hi-langnya nyawa orang-orang dalam

penerbangan, bahkan orang-orang di bandara atau pe-mukiman akibat tertimpa pesawat yang jatuh.

Tamsilan perihal pesawat dan berbagai perspektif tentang komunikasi menunjuk-kan bahwa komunikasi tidak sekadar sarana untuk menunjang kehidupan, tetapi bahkan dasar kehidupan (*basic of life*). Dalam konteks komunikasi, seseorang bisa merasa mati —bahkan mati dalam arti sesungguhnya (denotatif)—bila tidak melakukan komunikasi atau tidak ada orang yang mau melakukan komunikasi dengannya. Di sinilah, adagium bahwa dalam kondisi diam pun sesungguhnya seseorang tetap melakukan komunikasi menemukan signifikansinya. Seseorang, bila tidak berkomunikasi dengan lisan secara verbal, sesungguhnya ia tetap dapat berkomunikasi secara non-verbal. Tanpa komunikasi yang baik, mereka telah “mati” sebelum mati.

Daftar Pustaka

Berger, Arthur A., *Tanda-tanda dalam Kebudayaan*

Kontemporer, Yogyakarta: Tiara Wacana, 2000.

Carey, James W., *Communication as Culture, Essays on Media and Society*, Boston: Un-win Hyman, 1989.

Devito, A. Joseph, *Human Communication*, terj. Agus Maulana, Jakarta: Professional Books, 1997.

- Fairus M. Nur Ibrahim, *Piranti Komunikasi Tuhan dan Manusia*, Surakarta: Citra Sains, 2016.
- Fisher, B. Aubrey, *Teori-teori Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1986.
- Fiske, Jhon, *Introduction to Communication Studies*, London and New York: Routledge, 1991.
- Gee, James Paul, *An Introduction to Discourse Analysis, Theory and Method*, London- New York: Routledge, 2000.
- Griffin, E. M., *A First Look at Communication Theory*, Boston-Toronto: McGraw Hill, 2003.
- Hamad, Ibnu, “Komunikasi untuk Kehidupan” dalam Brent D. Ruben dan Lea P. Ste-wart, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014.
- , *Konstruksi Realitas Politik di Media Massa: Sebuah Study Kritikal Discourse Analysis*, Jakarta: Grovit, 2004.
- Heath, Robert L. Dan Jannings Bryant, *Human Communication Theory and Research: Concept, Context, and Challenges*, Mahwah, New Jersey-London: Lawrence Erl-baum Associate Publisher, 2000.
- Herman, Erward S dan Noam Chomsky, *Manufacturing Consent: The Political Economy of The Mass Media*, New York: Pantheon Books, 1992.
- Littlejohn, Stephen W., *Theories of Human Communication*, Belmont-Toronto: Wad-sworth Publishing Company, 1999.
- McQuail, Dennis, *Mass Communication Theory*, London-Thousand Oaks-New Delhi: Sage Publication, 1994.
- dan Sven Windahl, *Communication Model for The Study of Mass Communication*, New York: Longman, 1996.
- Milis, Sara, *Discourse*, London and New York: Routledge, 1997.
- Morissan, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, Jakarta: Kencana, 2013.

- Ruben, Brent D., dan Lea P. Stewart, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, Jakarta: Raja-Grafindo Persada, 2014.
- Scruten, Roger, *Sejarah Singkat Filsafat Modern*, terj. Zainal Arifin Tanjung, Jakarta: Panca Simpati, 1986.
- Tafsir, Ahmad, *Filsafat Ilmu: Mengurai Ontologi, Epistemologi, dan Aksiologi Pengetahuan*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- The Liang Gie, *Pengantar Filsafat Ilmu*, Yogyakarta: Liberty, 1991.
- Titscher, Stefan *et.al.*, *Methods of Text and Discourse Analysis*, London-Thousand Oaks-New Delhi: Sage Publication, 2000.
- Tubbs, Stewart L. dan Sylvia Moss, *Human Communication*, terj. Deddy Mulyana, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.