

ANALISIS PERAN KOMUNIKASI INTRAPERSONAL DALAM KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA DAN KOMUNIKASI PEMBANGUNAN

**Kartini¹, Amanda Yasminta², Anisa Shelomitha Br Berutu³, Dhabita Azka Lubis⁴, Mauly Efendi⁵,
Raja Khairanda Siregar⁶, Rizky Alfarisi⁷, Mulia Rahman⁸, Muhammad Mitra⁹**
Email: kartinisikumbang86@gmail.com¹, amandayasminta@gmail.com²,
anisashelomithab@gmail.com³, azkalubisdhabita@gmail.com⁴,
maulyefendi990@gmail.com⁵, rajasiregar1804@gmail.com⁶,
rizkyalfarisi1245@gmail.com⁷, mulia.rhmn21@gmail.com⁸, lupasandi709@gmail.com⁹
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abstrak: Pandangan ini menyamakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi yang berubah arah. Seseorang menyampaikan pesan baik secara verbal maupun nonverbal, penerima membalas dengan tanggapan verbal atau nonverbal, kemudian orang pertama membalas lagi setelah menerima tanggapan atau umpan balik dari orang kedua, dan seterusnya. Contoh definisi konsep komunikasi ini, Shanon dan Weaver (Wiranto, 2004), komunikasi adalah suatu bentuk komunikasi antara orang-orang yang saling mempengaruhi secara sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi lisan saja, tetapi juga melalui istilah. Ekspresi, lukisan, seni dan teknologi.

Kata Kunci: Komunikasi, Manusia, Budaya, Pembangunan.

Abstract: *This view equates communication with a cause-and-effect or action-reaction process that changes direction. Someone conveys a message either verbally or nonverbally, the recipient replies with a verbal or nonverbal response, then the first person replies again after receiving a response or feedback from the second person, and so on. An example of the definition of this communication concept, Shanon and Weaver (Wiranto, 2004), communication is a form of communication between people who influence each other intentionally or unintentionally and is not limited to verbal forms of communication, but also through terms. Expression, painting, art and technology.*

Keywords: *Communication, People, Culture, Development.*

PENDAHULUAN

Komunikasi ialah salah satu konsep dalam kehidupan manusia yang tidak mungkin dilewatkan. Dalam era digital yang terus berkembang, kemampuan berkomunikasi secara efektif menjadi semakin penting. Komunikasi memainkan peran krusial dalam mempelajari bagaimana pesan dan informasi dikirim, diterima, dan dipahami antara individu, kelompok, dan organisasi.

Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah proses pertukaran dan pemahaman informasi antara dua pihak atau lebih. Proses ini melibatkan pengirim pesan, penerima pesan, dan saluran komunikasi. Komunikasi dapat terjadi dalam berbagai bentuk, hingga verbal (dalam bentuk kata-kata) dan nonverbal (melalui gerakan tubuh, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh).

Definisi Komunikasi menurut beberapa ahli:

Shannon & Weaver

“Komunikasi adalah transfer informasi dari satu titik (sumber) ke titik lain (penerima) melalui saluran tertentu dengan bantuan kode atau noise.”

Bernard Berelson & Gary A. Steiner

Komunikasi adalah suatu penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka-angka, dan lain-lain.

Jenis-jenis Komunikasi

Pemahaman mengenai jenis-jenis komunikasi penting untuk membangun hubungan yang efektif dan harmonis. Komunikasi bisa dibedakan menjadi beberapa jenis yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari seperti berikut:

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal melibatkan penggunaan kata-kata dan bahasa untuk menyampaikan pesan. Ini bisa terjadi secara lisan, dimana penyampaian disampaikan melalui percakapan secara langsung, atau secara tertulis, adanya surat, email, atau pesan teks. Komunikasi verbal sering kali menggunakan struktur kalimat dan tata bahasa yang terstruktur untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan dapat dijelaskan. Contohnya termasuk pidato, presentasi, diskusi, atau percakapan sehari-hari.

2. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal merupakan penggunaan ekspresi wajah, gerakan tubuh, bahasa tubuh, postur, intonasi suara, dan kontak mata untuk menyampaikan pesan tanpa menggunakan kata-kata. Komunikasi nonverbal dapat memberikan data tambahan tentang emosi, sikap, dan maksud di balik pesan yang disampaikan secara verbal. Contoh komunikasi nonverbal meliputi ekspresi wajah, isyarat tangan, bahasa tubuh yang menunjukkan ketertarikan atau ketidaksetujuan, dan intonasi suara yang gambar emosi.

3. Komunikasi Formal

Komunikasi formal terjadi dalam konteks resmi atau profesional, seperti dalam struktur organisasi atau hubungan bisnis. Komunikasi formal mengikuti aturan dan norma-norma yang telah ditetapkan. Pesan dalam komunikasi formal terjadi kali disampaikan melalui surat resmi, laporan, presentasi di ruang rapat, atau memo. Atasan dan bahasa yang digunakan dalam komunikasi formal lebih sering terstandarisasi dan terstruktur.

4. Komunikasi Informal

Komunikasi informal terjadi secara spontan dan tidak resmi antara individu atau kelompok. Ini adalah jenis komunikasi yang terlihat lebih santai dan tidak terikat oleh aturan atau norma tertentu. Komunikasi informal sering kali terjadi dalam percakapan sehari-hari, seperti obrolan di ruang istirahat, panggilan telepon antar teman, atau diskusi informal di luar lingkungan kerja formal. Bahasa yang digunakan dalam percakapan informal lebih santai, kadang-kadang menggunakan bahasa gaul atau slang, dan sering kali lebih mengikuti aliran percakapan yang spontan.

Pentingnya Komunikasi dalam Kehidupan Sehari-hari

Komunikasi yang efektif memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks relasi interpersonal, kemampuan yang berkomunikasi dengan baik membantu membangun hubungan yang baik, memecahkan konflik, dan memperkuat ikatan antar individu. Kemampuan untuk menyampaikan ide dan informasi dengan jelas dan dipahami oleh orang lain membantu membangun hubungan yang baik, memecahkan masalah, dan mencegah kesalahpahaman.

Komunikasi yang baik merupakan kunci untuk membangun hubungan yang sehat dan harmonis dengan orang lain. Dalam konteks keluarga, teman, atau pasangan, kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif membantu mengungkapkan

perasaan, mengatasi konflik, dan membangun kepercayaan

Di dunia kerja, kemampuan komunikasi yang baik adalah keterampilan yang sangat dicari. Kemampuan untuk menyampaikan ide secara jelas, mendengarkan dengan baik, dan berkomunikasi secara efektif dengan rekan kerja, atasan, dan klien dapat meningkatkan produktivitas, membangun hubungan profesional, dan memajukan karier.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah berbentuk metode campuran yang dimana menggunakan analisis dari kuantitatif dan kualitatif.

HASL DAN PEMBAHASAN



Komunikasi Antar Budaya

Untuk mencari kejelasan dan mengintegrasikan pemahaman budaya yang berbeda ke dalam konteks KAB, 3 (tiga) dimensi harus dipertimbangkan:

- 1) tingkat komunitas
- 2) Konteks sosial di mana KAB terjadi,
- 3) Saluran yang dilalui pesan-pesan KAB (baik verbal maupun non-verbal).

Dimensi pertama menunjukkan bahwa konsep budaya digunakan untuk merujuk pada berbagai tingkat skala dan kompleks organisasi sosial. Secara umum istilah kebudayaan mempunyai beberapa pengertian sebagai berikut.

1. Daerah yang ada di dunia misalnya: kebudayaan Timur, kebudayaan Barat.
2. Wilayah di dunia, misalnya: kebudayaan Amerika Utara, kebudayaan Asia Tenggara.
3. Bangsa/Negara, seperti kebudayaan Indonesia, kebudayaan Perancis, kebudayaan Jepang.
4. Suku dan ras yang ada di dalam negeri, misalnya: kebudayaan Amerika berkulit hitam, kebudayaan Asia-Amerika, kebudayaan Tionghoa-Indonesia.
5. Subkelompok sosiologi yang berbeda berdasarkan klasifikasi gender, kelas sosial, budaya bersama (budaya hippie, budaya penjara, budaya tuna wisma, budaya miskin).

Fokus dan minat para ahli KAB adalah komunikasi antara orang-orang dengan budaya nasional yang berbeda (misalnya bisnis). Jepang yang merupakan pengusaha Amerika/Indonesia) atau antara orang-orang yang berbeda ras dan budaya etnis (misalnya, antara siswa kelahiran asli dan guru imigran). Bahkan ada pula yang mempersempit pengertiannya pada “kebudayaan individual”; karena setiap orang mempunyai latar belakang yang unik. Dimensi kedua menyangkut konteks sosial. Jenis penyampaian KAB selanjutnya dapat diklasifikasikan berdasarkan konteks sosialnya. Konteks sosial KAB meliputi: bisnis, organisasi, pendidikan, akulturasi imigran, politik, adaptasi pelancong/imigran sementara, pengembangan transfer teknologi, pengembangan/difusi inovasi, konsultasi praktisi. Komunikasi dalam semua konteks sosial mempunyai kesamaan mendasar dalam hal elemen dasar dan proses komunikasi (seperti yang berkaitan dengan penyampaian, penerimaan, dan pemrosesan). Namun, dibalik pengalaman individu terdapat pengaruh budaya yang membentuk persepsi, pemikiran, penggunaan pesan verbal/nonverbal dan relasi di antara mereka. Misalnya saja variasi kontekstual: interaksi antara orang Indonesia dan orang Jepang dalam suatu transaksi bisnis berbeda dengan interaksi mereka dalam peran sebagai dua mahasiswa. Dengan demikian, konteks sosial spesifik di mana KAB berlangsung memberikan para peserta hubungan antar-peran, harapan, norma, dan aturan perilaku yang spesifik. Dimensi ketiga mengacu pada sambungan komunikasi. Dimensi ini menunjukkan saluran mana yang digunakan di KAB. Secara umum, saluran dapat dibagikan

1. Hubungan manusia/individu,
2. Media massa.

Selain dua dimensi sebelumnya, saluran komunikasi juga mempengaruhi proses dan hasil KAB secara keseluruhan. Misalnya: masyarakat Indonesia yang menyiarkan kondisi kehidupan di Afrika melalui televisi akan mendapatkan pengalaman yang berbeda dibandingkan jika mereka sendiri yang berada di sana dan terlihat dengan mata kepala sendiri. Secara umum, pengalaman interpersonal dianggap mempunyai dampak yang lebih dalam. Komunikasi media massa tidak mempunyai umpan balik langsung antar partisipan dan karena itu pada dasarnya bersifat satu arah.

Karena kebudayaan menyampaikan identitas pada suatu kelompok masyarakat, maka timbullah permasalahan yaitu bagaimana kita mengidentifikasi aspek-aspek atau unsur-unsur kebudayaan yang dibedakan suatu kelompok suatu komunitas budaya dengan kelompok komunitas budaya lainnya. Selama bertahun-tahun, para pakar budaya telah mencoba mengidentifikasi dan menciptakan kategori aspek budaya yang dapat diterapkan secara universal pada semua budaya. Samovar (1981:38-46) membagi seluruh aspek budaya menjadi tiga bagian besar elemen sosial budaya yang secara langsung berkontribusi pada penciptaan makna persepsi, yang pada gilirannya menentukan perilaku komunikatif. Dampak kepada komunikasi ini sangat beragam dan mencakup semua aspek aktivitas sosial manusia. Dalam proses KAB, elemen-elemen yang sangat menentukan ini bekerja dan berfungsi secara terintegrasi seperti komponen-komponen sistem stereo, karena masing-masing saling terkait dan memerlukan yang lain. Namun dalam penelitian, unsur-unsur merupakan dipisahkan satu sama lain sehingga dapat diidentifikasi dan dipelajari secara terpisah. Unsur-unsur sosial budaya tersebut adalah:

1. Sistem keyakinan, nilai dan sikap
2. Sikap hidup.
3. Organisasi sosial.

Komunikasi Intapersonal



Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi dalam komunikasi diri sendiri atau seseorang saja, seperti percakapan dengan diri sendiri, memberi makna pada lingkungan (intelektual dan emosional), merupakan suatu masalah, menimbang hingga mengambil keputusan, dan lain-lain. Semua komunikasi. Sampai batas tertentu adalah komunikasi intrapersonal, yaitu setiap komunikasi selalu menjadi objek penafsiran kita sendiri. Komunikasi internal manusia adalah partisipasi aktif internal individu dalam pemrosesan pesan secara simbolis. Individu adalah pengirim dan penerima pesan, berikan umpan balik kepada dirinya sendiri dalam proses internal yang berkelanjutan. Dalam proses komunikasi intrapersonal, komunikator mengolah informasi yang diperolehnya hingga terjadi pesan yang dapat dipahami dan diberi makna. Berikut pengertian dan pengertian komunikasi intrapersonal dari beberapa sumber buku:

- Menurut Effendi (1993), komunikasi intrapersonal adalah suatu proses di mana individu menciptakan pemahaman, yaitu komunikasi dalam dirinya, termasuk berbicara kepada diri sendiri dan mengamati lingkungan serta memberi makna (intelektual dan emosional).
- Komunikasi interpersonal menurut Huda (2013) adalah komunikasi yang dilakukan oleh satu orang saja atau terjadi dalam diri seseorang, misalnya ketika kita berfantasi seolah-olah sedang berkomunikasi dengan diri sendiri.
- Menurut Blake dan Haroldsen (2005), komunikasi intrapersonal adalah peristiwa komunikasi yang terjadi dalam diri pribadi seseorang. Semua percakapan bahasa sampai batas tertentu adalah komunikasi intrapersonal, yaitu. Makna yang terkandung dalam setiap komunikasi selalu bergantung pada penafsiran orang tersebut sendiri.
- Menurut Notoatmodjo (2005), komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi dalam diri atau ketika personal sedang memikirkan suatu masalah.
- Menurut Notoatmodjo (2005), komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi di dalam diri atau ketika seseorang sedang menyampaikan pendapat sesuatu. Komunikasi seperti itu juga bisa terjadi ketika seseorang berpikir sebelum mengambil keputusan.

Proses dan tahapan komunikasi interpersonal Menurut Rakhmat (2009), proses komunikasi intrapersonal melewati empat tahapan yaitu; perasaan, persepsi, ingatan dan pemikiran. Penjelasan mengenai tahapan komunikasi intrapersonal adalah sebagai berikut: merasa Langkah pertama untuk menerima informasi adalah merasakan. Indra berasal dari kata mind yang berarti alat indera yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Sensasi merupakan kemampuan seseorang dalam menyerap segala sesuatu yang dapat dipelajari dari panca inderanya. Informasi yang di aliri oleh panca indera disebut stimulus, yang kemudian menghasilkan suatu proses sensorik. Jadi emosi menangkap stimulus. Sensasi adalah pengalaman unsur langsung yang tidak memerlukan deskripsi verbal, simbolik atau konseptual dan terutama berkaitan dengan fungsi organ indera. Segala sesuatu yang menyentuh organ indera secara internal atau eksternal disebut stimulus. Rangsangan yang diterima oleh organ indera diubah menjadi energi saraf, yang ditransmisikan ke otak melalui transduksi. Rangsangan harus cukup kuat agar organ indera dapat menerimanya. Faktor pribadi juga dipenuhi intensitas emosi. Misalnya masakan Padang yang dianggap pedas oleh orang Jawa, ternyata bagi orang Sumatera Barat biasa-biasa saja. Oleh karena itu, perbedaan sensorik dapat disebabkan oleh perbedaan pengalaman atau lingkungan budaya, serta bedanya akapasitas alat indera. Perbedaan kemampuan indera menyebabkan perbedaan pilihan seseorang dalam mendengarkan musik atau mereproduksi suara. Jelasnya, persepsi mempengaruhi persepsi.

Observasi

Persepsi adalah pengalaman terhadap objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi memberi makna pada rangsangan sensorik. Hubungan antara sesuatu indera dan persepsi adalah bahwa penginderaan merupakan bagian dari persepsi. Persepsi dipengaruhi oleh indera yang merupakan hasil penyerapan panca indera, persepsi juga dipengaruhi oleh perhatian, harapan, motivasi dan ingatan. Seperti halnya persepsi, persepsi dipengaruhi oleh banyak faktor. Salah satu faktor yang signifikan mempengaruhi persepsi adalah perhatian. Perhatian adalah proses mental dimana rangsangan menjadi sadar ketika rangsangan lain dikurangi. Perhatian terjadi ketika kita memusatkan perhatian pada satu indera dan mengabaikan rangsangan dari indera lainnya. Perhatian yang kita berikan terhadap sesuatu dipengaruhi oleh banyak faktor luar yang menarik perhatian, antara lain:

1. Gerakan. Orang pada dasarnya tertarik pada benda bergerak. Misalnya pada smartphone, wallpaper atau screensaver yang bergerak seperti animasi terlihat lebih menarik dibandingkan yang tidak. Demikian pula iklan TV terlihat lebih menarik dibandingkan iklan surat kabar karena terlihat lebih hidup.
2. Intensitas rangsangan. Kita memperhatikan rangsangan yang lebih penting dibandingkan rangsangan lainnya. Sesuatu yang berbeda menarik perhatian orang. Misalnya pilih kebisingan di perpustakaan, warna kuning dengan latar belakang hitam, diskon besar-besaran di pusat perbelanjaan, atau poster di jalan.
3. Berita (berita). Hal-hal baru dan tidak biasa dapat menarik perhatian. Beberapa percobaan menunjukkan bahwa rangsangan yang tidak biasa lebih mudah dipelajari dan diingat. Misalnya film dan novel baru yang sedang laris, smartphone atau kendaraan dengan teknologi baru dll. Tanpa sesuatu yang baru, rangsangan menjadi monoton, membosankan, dan mengganggu.
4. Pengulangan. Hal-hal yang disajikan berulang-ulang, jika disertai variasi, akan

menarik perhatian. Pengulangan juga mengandung unsur sugesti yaitu mempengaruhi alam bawah sadar. 1. Faktor biologis. Masalah biologis mempengaruhi perhatian kita. Misalnya, ketika seseorang lapar, perhatiannya tertuju pada makanan. Dimulai dari dalam diri orang tersebut, dari apa yang dirasakannya, sehingga dapat mempengaruhi dirinya.

Faktor psikologis sosial.

Seperti motif, sikap, kebiasaan dan keinginan. Misalnya, dalam perjalanan ke pegunungan, seorang ahli geologi mengamati bebatuan, seorang ahli botani mengamati bunga, dan seorang ahli zoologi mengamati bintang-bintang.

Penyimpanan

Dalam komunikasi internal manusia, ingatan berperan penting dalam mempengaruhi persepsi (memberikan referensi) dan pemikiran. Memori adalah sistem yang sangat terstruktur yang memungkinkan organisme menyimpan fakta tentang dunia dan menggunakan informasi tersebut untuk memandu perilaku mereka. Setiap kali suatu stimulus datang, maka stimulus tersebut terekam secara sadar atau tidak. Kapasitas ingatan manusia didesain sangat besar, namun hanya sedikit orang yang mampu memanfaatkan ingatannya secara maksimal, bahkan Einstein yang tercatat sebagai orang paling cemerlang hanya menggunakan 15% ingatannya. Sesuatu yang tersimpan dalam memori mempengaruhi makna/persepsi seseorang terhadap sesuatu di lain waktu. Demikian pula ketika seseorang berpikir, memutuskan/memerintahkan sesuatu, ia membuka ingatannya untuk mengetahui apa yang harus dipertimbangkan ketika memutuskan sesuatu atau siapa yang harus disuruh melakukan sesuatu. Dengan demikian, ingatan memegang peranan penting dalam menentukan persepsi dan pemikiran individu.

Untuk berpikir

Berpikir adalah manipulasi atau pengorganisasian unsur-unsur lingkungan melalui simbol-simbol sedemikian rupa sehingga tindakan yang terlihat tidak harus dilakukan secara langsung. Dalam berpikir kita mencakup semua proses yang disebutkan di atas, yaitu perasaan, berpikir dan ingatan. Saat berpikir memerlukan penggunaan simbol, visual atau grafik. Berpikir dilakukan untuk memahami realitas batin

Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi internal masyarakat Menurut Potter dan Perry (1997), sejumlah faktor mempengaruhi kemampuan seseorang berkomunikasi secara internal, antara lain:

1. Perkembangan.

Tingkat perkembangan bicara berbeda-beda dan berkaitan erat dengan perkembangan anak. Orang tua mempunyai pengaruh yang besar terhadap kemampuan komunikasi anak. Perkembangan individu menentukan cara komunikasi mana yang dipilih.

2. Nilai.

Nilai dapat mempengaruhi penafsiran pesan dan juga bagaimana orang menafsirkan ide yang datang dari orang lain. Jika nilai-nilai seseorang berbeda dan tidak ada penyesuaian antar individu, besar kemungkinan akan terjadi konflik dalam komunikasi.

3. Perasaan

Emosi dapat menyebabkan seseorang salah menafsirkan pesan yang diterimanya. Ketika emosi mempengaruhi komunikasi, emosi diartikan sebagai perasaan subjektif seseorang dan mempengaruhi cara orang berinteraksi dengan seseorang.

4. Latar belakang sosial budaya.

Kebudayaan merupakan hasil belajar berbuat, berpikir dan merasakan. Pengaruh budaya menentukan batas-batas aktivitas dan komunikasi manusia, dalam hal ini media harus mampu beradaptasi dengan budaya media agar komunikasi dapat berjalan efektif.

5. Seks.

Pria dan wanita mempunyai cara berkomunikasi yang berbeda. Anak perempuan biasanya mempunyai pusat komunikasi yang lebih berkembang di otaknya dibandingkan anak laki-laki.

6. Informasi.

Penggunaan bahasa yang sama sangat tepat bila pengirim dan penerima pesan mempunyai tingkat pengetahuan yang berbeda. Pesannya tidak jelas jika kata-kata yang digunakan tidak diketahui oleh penerimanya. Karena penggunaan bahasa yang sama merupakan faktor yang sangat berguna dalam mengatasi perbedaan komunikasi.

7. Lingkungan Hidup.

Seseorang dapat berkomunikasi lebih baik dalam lingkungan yang nyaman. Kurangnya kebebasan seseorang dapat menimbulkan kebingungan, ketegangan, gangguan lingkungan juga dapat menghambat penyampaian pesan.

Komunikasi Pembangunan



Memahami komunikasi pembangunan Komunikasi pembangunan dalam arti luas mencakup peran dan tugas komunikasi (sebagai kegiatan saling menyampaikan pesan) antara semua pihak yang terlibat dalam kerja pembangunan; khususnya antara masyarakat dan pemerintah dalam proses perencanaan. Evaluasi pelaksanaan dan pengembangan. Dalam arti sempit, komunikasi pembangunan adalah seluruh kegiatan komunikasi gagasan dan keterampilan pembangunan, serta metode dan teknik, yang bersumber dari pemrakarsa pembangunan dan ditujukan kepada masyarakat luas. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memastikan bahwa kelompok sasaran memahami, menerima dan berpartisipasi dalam implementasi ide-ide yang telah disampaikan sebelumnya. Dalam konteks ini, komunikasi dipandang sebagai alat, medium atau saluran untuk menyampaikan gagasan dan gagasan pembangunan. Hanya sedikit proses pembangunan yang mengalami kegagalan dalam menumbuhkan partisipasi masyarakat hanya karena kurangnya aspek komunikasi dalam

pelaksanaannya.

Peran komunikasi perkembangan

Tugas utama komunikasi pembangunan adalah mendidik dan memotivasi masyarakat, bukan memberikan laporan faktual yang tidak realistis atau sekedar meyakinkan diri sendiri. Tujuan komunikasi. Pembangunan adalah pengajaran gagasan, sikap mental dan keterampilan yang diperlukan bagi negara berkembang. Secara pragmatis, kata Quebral, dapat dirumuskan bahwa komunikasi pembangunan adalah komunikasi yang dilakukan untuk melaksanakan rencana pembangunan negara. Partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan bukanlah soal mobilisasi, melainkan suatu bentuk partisipasi yang didasari oleh tekad dan kecerdasan. Dalam proses pembangunan, masyarakat tidak hanya diperlakukan sebagai objek, melainkan sebagai subjek. Tugas komunikasi pembangunan ini adalah mengedukasi dan memotivasi masyarakat agar masyarakat berpartisipasi dalam pembangunan. Dalam pembangunan, masyarakat diperlakukan sebagai subjek dari pembangunan yang dilaksanakan, bukan sebagai objek. Masyarakat mempunyai hak untuk mengemukakan gagasannya dalam pembangunan, karena masyarakat sendirilah yang mengetahui potensi desanya.

Unsur Pengembangan Media Komunikasi

Komunikator sebagai inisiator implementasi perubahan. Komunikator juga berfungsi sebagai agen perubahan, yaitu sebagai pusat perubahan dari lemah menjadi kuat. Komunikator bisa muncul dari siapa saja, dalam komunikasi pembangunan komunikator tidak harus pemerintah, bisa LSM, organisasi atau perseorangan. Komunikator sebagai agen perubahan dapat bersumber dari dua hal. Dia:

- 1) Muncul dari masyarakat itu sendiri (insider)
- 2) Muncul dari luar masyarakat (outsider)
- 3) Secara sosial program tersebut tidak menimbulkan ke sosial/kesenjangan sosial.

Media

Media komunikasi dewasa ini telah sangat canggih, suatu kejadian yang tempatnya sangat jauh dari tempat kita hanya dalam hitungan detik. Bisa mengetahuinya. Tentu saja hal ini tidak lepas dari peran media dalam menyampaikan berita. Penggunaan alat komunikasi dalam berkomunikasi disesuaikan dengan kasus perkembangan komunikasi. Dalam konteks ini, media mengacu pada alat yang digunakan dalam proses pembangunan, sebagaimana media yang digunakan disesuaikan dengan rencana pembangunan.

Untuk berkomunikasi

Dalam komunikasi pembangunan, sasarannya adalah medium atau penerima pesan, medium sebagai agen perubahan harus mengetahui keadaan sebenarnya dari medium tersebut agar pesan yang ingin disampaikan mudah dijangkau oleh pihak. Komunikasi Meningkatkan Pendapatan

Strategi komunikasi pengembangan

Strategi komunikasi adalah perencanaan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Effendy (1993) mengatakan bahwa strategi makro (strategi multimedia terencana) mempunyai dua fungsi, yaitu menyebarkan pesan komunikasi yang informatif dan persuasif. 21/6 secara sistematis mendidik untuk mencapai hasil yang optimal dan mengatasi kesenjangan budaya yang disebabkan oleh kurangnya informasi yang disebabkan oleh media.

Komunikasi dan pengembangan keterampilan pribadi Menurut Rogers (1976) sebagaimana dikutip Sumadi Dilla dalam Komunikasi Pembangunan, Rogers

menyarankan agar ide-ide pembangunan harus datang dari dalam masyarakat agar kapasitasnya dapat terbangun. Unsur utama dalam pengembangan kapasitas atau model pengembangan diri strategi ciuman adalah partisipasi, sosialisasi, mobilisasi, kerjasama dan tanggung jawab antar individu kelompok dalam perencanaan pembangunan. Upaya pengembangan kapasitas (diri) bertujuan untuk mencerahkan, menguatkan dan memberdayakan. Untuk menggali, mengembangkan dan meningkatkan potensi keterampilannya. Dengan demikian, fokusnya adalah pada pergerakan informasi dan pesan, yaitu komunikasi bottom-up atau horizontal antar manusia. Masyarakat harus berdiskusi bersama, mencari tahu kebutuhan dan keinginannya. Dan ekspektasi termasuk menilai tindakan mereka. Pilih alat informasi dan komunikasi yang paling sesuai dengan kebutuhan Anda Menurut Rogers (1976) yang dikutip dalam buku Komunikasi Pembangunan karya Sumadi Dilla merangkum peran utama komunikasi dalam berbagai kegiatan pengembangan diri sebagai berikut:

- 1) Memberikan informasi teknis tentang berbagai masalah. Peluang pengembangan serta berbagai inovasi yang tepat untuk memenuhi berbagai kebutuhan lokal.
- 2) Menyebarkan informasi mengenai capaian pengembangan diri kelompok lokal, sehingga kelompok lain dapat mengambil manfaat dari pengalaman kelompok lain dan termotivasi untuk mencapai prestasi serupa.

Pemanfaatan Media Massa Dalam Pembangunan

Pemanfaatan media manusia sebagai media penting dalam pembangunan alternatif didasari oleh beberapa alasan, antara lain, pertama, kurangnya pengetahuan dan keterampilan, kedua, status sosial.

Menjembatani Kesenjangan Dengan Redundansi

Menurut Shing dan Mody seperti dikutip Sumadi Dilla dalam Komunikasi Pembangunan, media dalam hal ini televisi dapat menjembatani kesenjangan dan membawa manfaat sosial ekonomi. Namun hal ini memerlukan strategi komunikasi yang tepat. Temuan utama dari penelitian ini. Menunjukkan bahwa segmen pemirsa (misalnya, kelompok status sosio-ekonomi rendah) yang sebelumnya sangat acuh tak acuh menerima manfaat paling besar dari program televisi, meskipun pengetahuan mereka bahkan lebih rendah dibandingkan kelompok yang lebih berpengetahuan. Para ilmuwan menyebutnya sebagai efek langit-langit. Dengan memilih pesan-pesan yang berlebihan atau mempunyai nilai potensial yang kecil, media dapat mempersempit atau bahkan menutup kesenjangan akibat efek komunikasi. E. Memenangkan Advokasi Literasi Beberapa strategi efektif untuk mengatasi khalayak buta huruf dalam kajian komunikasi pembangunan, yaitu komunikasi melalui pendidikan formal dan informal. Strategi ini diterapkan dengan menggabungkan ide-ide pembangunan dan penemuan mereka sesuai dengan tingkat pengetahuan dan pendidikan mereka dan diterapkan pada masyarakat miskin pedesaan dan perkotaan (Melkote, 1984).

KESIMPULAN

Karena kebudayaan meemberikan ideentitas pada sueatue keelompok masyarakat, maka timbuellah peermasalahan yaitue bagaimana kita meengideentifikasi aspeek-aspeek ataue uensuer-uensuer keebudayaan yang meembeedakan sueatue keelompok sueatue komuenitas buedaya deengan keelompok komuenitas buedaya lainnya. Komuenikasi dan peengeembangan keeteerampilan pribadi Meenueruet Rogeers (1976) seebagaimana dikuutip Suemadi Dilla dalam

Komunikasi Pembangunan, Rogeers menyarankan agar ide-ide pembangunan harus datang dari dalam masyarakat agar kapasitasnya dapat terbangun. Ujung utama dalam pengembangan kapasitas atau model pengembangan diri strategi utama adalah partisipasi, sosialisasi, mobilisasi, kerjasama dan tanggung jawab antar individu kelompok dalam perencanaan pembangunan.

DAFTAR PUSTAKA

- Effeendi, Onong Uchjana. 1993. Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Huda, Muhammad Nurul. 2013. Komunikasi Pendidikan (Teori dan Aplikasi Komunikasi dalam Pembelajaran). Tegal: STAIN Tegal.
- Blake, R.H, dan Haroldsen, E.O.
Taksonomi Konsep Komunikasi. Surabaya:
- Notoatmodjo, S. Teori dan Aplikasi Promosi Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rahmat, Jalaluddin. Psikologi Komunikasi Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Potter, A., dan Perry. Buku Ajar Fundamental Keperawatan: Konsep, Proses, dan Praktik. Jakarta: EGC.
- Ravi.staff.gunadarma.ac.id//Komunikasi-Antar+Budaya.doc
- Alex Ruemodur, dkk, Komunikasi Antar Budaya, Modul UET, Pusat Penerbitan Universitas Terbuka,
- Deedy Mulyana, dan Jalaluddin Rahmat, Komunikasi Antarbudaya
- Alo liliweeri, Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya, LKS,