

# Teori Komunikasi: Kisah Pengalaman Amerika<sup>1</sup>

André Hardjana<sup>2</sup>

***Abstract:** Being an interdisciplinary science, communication owes its key concepts and theories to other scientific fields. The body of communication knowledge grew out of research works undertaken by those scholars who were actively involved in the various activities related to the war information management, some of whom were then pronounced 'founding fathers' of communication research. This article briefly reviews the intensive interactions among those founding fathers during the war whose ideas were then drawn together to constitute the communication field of study. Schramm was the institutionalizer of this new field of communication study. The development of communication theory now is largely depending on the various research works undertaken by those researchers affiliated with either the departments of communication or the schools of journalism mass communication in the US and Canada.*

***Key Words:** Communication, mass communication, communication research, interdisciplinary field of communication study.*

Sebagai pangkal tolak dari pembicaraan tentang teori komunikasi di Amerika Serikat dan pengaruhnya pada pemahaman tentang konsep dan teori komunikasi dan komunikasi massa, akan dibuat kisah pengandaian seorang dosen ilmu komunikasi dengan gelar sarjana lengkap—kini disebut Sarjana

---

<sup>1</sup> Disunting dari makalah yang disampaikan pada Penataran Teori Komunikasi bagi Dosen Ilmu Komunikasi se-Jawa dan Bali; yang diselenggarakan oleh Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 1 Oktober 2003 di Yogyakarta.

<sup>2</sup> **André Hardjana** adalah Staf Pengajar di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Katolik Atma Jaya Jakarta.

Strata Satu (S1) lulusan awal tahun 1970-an. Sebagai sarjana tahun-tahun awal 1970-an, penulis berkesimpulan bahwa nama paling besar dalam ilmu komunikasi adalah Wilbur Schramm. Nama itu dikenal berkat bukunya *Mass Communications* (1960)—sebuah buku tebal yang mencapai 696 halaman—yang menghimpun berbagai pembicaraan penting dan perspektif tentang media komunikasi massa, dinamika pertumbuhan, dan fungsinya dalam perkembangan masyarakat Amerika. Di mata penulis, nama Schramm makin melambung berkat *The Process and Effects of Mass Communication* (asli 1954 dengan edisi revisi 1972). Untuk edisi pertama, Wilbur Schramm menulis sebuah kata pengantar panjang berjudul “*How Communication Works*” yang menjelaskan proses kelangsungan komunikasi. Kata pengantar itu kemudian diubah menjadi “*The Nature of Communication between Humans*” dalam edisi revisi yang merupakan sebuah buku raksasa setebal 998 halaman. Dalam kata pengantar baru itu, Schramm memaparkan pemahaman yang mendalam tentang hakikat komunikasi sebagai proses dan keempat fungsinya, yakni “*informing, instructing, persuasion, dan entertaining*”. Separoh dari isi buku raksasa yang menghimpun 36 makalah penting tersebut berkaitan dengan masalah-masalah sosial makro. Selain itu, buku ini juga dilengkapi dengan tujuh buah pengantar untuk masing-masing seksi, yakni (1) *Media as Communication Institution*, (2) *The Nature of Audience*, (3) *Approaches to the Study of Mass Communication Effects: Attitudes and Information*, (4) *Social Consequences of Mass Communications*, (5) *Mass Communications, Public Opinion, and Politics*, (6) *Communication, Innovation, and Change*, dan (7) *Implications of the New Communication Technology*.

Sebagai dosen muda ilmu komunikasi dekade 1970-an, penulis harus melakukan “*mind shift*” dari “konsep publisistik” ke “konsep komunikasi”, mengapa begitu? Penulis tidak mengetahui alasan konseptual yang menjadi dasarnya. Dalam kegairahan pembangunan nasional dalam *development era* dunia, konsep komunikasi diperkenalkan sebagai pengganti konsep publisistik. Istilah “komunikasi pembangunan” sangat populer di kalangan akademisi dan birokrasi pemerintahan sebagai alat untuk perubahan sikap mental (mental attitude) di awal modernisasi bangsa Indonesia. Penulis tidak pernah mengerti mengapa tidak digunakan istilah “publisistik pembangunan”. Nampaknya istilah komunikasi pembangunan sengaja digunakan dalam artian sebagai “komunikasi massa pembangunan”, sehingga penulis harus berkenalan dengan buku Schramm lain—ini benar-benar buah karya Wilbur Schramm sendiri—yang diberi judul *Mass Communication and National Development: The Role of Information in the Developing Countries* (1964). Buku itu diterbitkan oleh UNESCO dalam kerjasama dengan Stanford University. Dari buku itu penulis belajar tentang fungsi kebijakan pemerintah dalam pengembangan komunikasi

nasional untuk mendorong akselerasi pembangunan nasional. Bagi penulis, Schramm tidak hanya memberikan pegangan teknis kebijakan, tetapi juga pegangan teori komunikasi pembangunan. Sebagai buku pegangan teori, buku ini mendapat sokongan empiris dari dua tingkatan, yakni level makro dan level mikro. Pada tingkat makro, buku penting pendukung kebijakan komunikasi adalah *The Passing of Traditional Society* (1958) karya Daniel Lerner yang diangkat dari rangkaian studi empiris di negara-negara Timur Tengah. Pada tingkatan mikro, buku yang menjadi pendukung empiris adalah *Modernization among Peasants: The Impact of Communication* (1969) dan buku *Communication and Innovations: A Cross Cultural Approach* (1962)—buku kedua ini dalam edisi revisi diubah judulnya menjadi *Diffusion of Innovations* (1995). Kedua buku ini merupakan karya Everett M Rogers. Pelaksanaan komunikasi pembangunan secara empiris mengikuti ajaran Rogers, yang terkenal dengan sebutan “model adopsi inovasi” (*adoption of innovations*). Bagi penulis, Everett M. Rogers menjadi nama terbesar kedua sesudah Wilbur Schramm sebagai tokoh ilmu komunikasi. Sesuai dengan ajaran modernisasi, adopsi inovasi mengandaikan bahwa ide dan praktek inovasi berasal dari sumber luar masyarakat—khususnya dalam pengenalan dan penggunaan teknologi pertanian. Model adopsi inovasi yang mengesampingkan “*personal growth and development*” ini, kemudian ditinjau kembali secara kritis di dalam *Communication and Development: Critical Perspectives* (Rogers, 1976).

Pengertian-pengertian “teori komunikasi”, terutama bersumber pada dua buku, yakni *The Process of Communication* (1960) karya David Berlo yang memberikan dua konsep penting, yakni komunikasi sebagai proses dan pendekatan proses. Teori tersebut di kalangan mahasiswa terkenal dengan sebutan Model Berlo:

## S M C R [E F]

Model Berlo ini ternyata dibangun berdasarkan model proses komunikasi teknis yang dikembangkan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver untuk komunikasi teknologis yang dirumuskan sebagai teori matematik—*Mathematical Theory of Communication* (1949) yang dapat memudahkan pemahaman tentang proses komunikasi antarmanusia. Namun model Berlo itu tidak memasukkan konsep “ arus komunikasi”(flow of communication). Di samping itu, elemen-elemen *feedback* dan *interaction* juga tidak dinyatakan secara eksplisit—hanya dapat diimplikasikan saja. Dari penjelasan dan rincian dari model tersebut, dapat dipahami bahwa komunikasi terjadi dalam dan

dipengaruhi oleh sistem sosial dan budaya. Akhirnya, komunikasi yang berhasil hanya terjadi bila terdapat kesepadanan antara *source* dan *receiver* dalam hal ketrampilan komunikasi dan nilai maupun sikap.

Buku teori kedua adalah *Four Theories of the Press* (1956) karya Fred S. Siebert, Theodore B. Peterson, dan Wilbur Schramm. Buku “teori” ini berisi empat buah landasan-landasan filosofi yang berbeda tentang komunikasi, yakni *libertarian* dan *authoritarian* (Fred S. Siebert), *social responsibility* (Theodore Peterson), dan *totalitarian* (Wilbur Schramm). Berdasarkan pandangan dalam buku teori komunikasi ini, selanjutnya “komunikasi pembangunan” yang dirintis oleh Wilbur Schramm, Daniel Lerner, dan Everett M Rogers disebut sebagai “teori komunikasi kelima”. Perkembangan dan aplikasi teori kelima—komunikasi pembangunan nasional—dalam perkembangan selanjutnya sangat dipengaruhi oleh Wilbur Schramm dan Daniel Lerner melalui program *East-West Center Communication Institute* di kampus University of Hawaii.

Pemahaman tentang konsep dasar “*the act of communication*” dan “*communication research*” sangat dibantu oleh “rangkaiannya pertanyaan klasik” dari Harold D. Lasswell yang kemudian menjadi tersohor dengan sebutan Model Lasswell (1948). Model Lasswell meliputi lima buah pertanyaan sebagai berikut:

**Who**  
**Says What**  
**In Which Channel**  
**To Whom**  
**With What Effect?**

Dengan pemahaman tentang kejadian komunikasi ini, para peneliti dapat memilih untuk menjawab salah satu pertanyaan. Dengan fokus pada “*Who*” peneliti dapat meninjau faktor-faktor yang mendorong dan membimbing “act of communication”; dengan begitu ia masuk bidang *control analysis*. Kemudian peneliti yang tertarik pada “*Says What*” masuk ke bidang *content analysis*. Selanjutnya, peneliti yang tertarik pada “*In Which Channel*”—radio, pers, film, dan saluran komunikasi lain, dapat memasuki bidang penelitian *media analysis*. Sedangkan peneliti yang berminat pada “*To Whom*”—orang-orang yang dicapai oleh media—ia memasuki bidang penelitian *audience analysis*. Akhirnya, peneliti yang berminat pada “*With What Effect*”—dampak dari yang

ditimbulkan pada khalayak—ia dapat melakukan penelitian *effect analysis*. Namun Lasswell tidak menganjurkan pemisahan bidang penelitian secara ketat, sebaliknya ia justru menganjurkan penggabungan beberapa bidang penelitian agar pemahaman tentang “communication act” itu menjadi lebih mendalam.

Selain menunjukkan peluang-peluang penelitian yang dapat dipilih, Model Lasswell ini juga memberikan penjelasan bahwa “*the act of communication*” melaksanakan tiga fungsi dalam sistem sosial, yang meliputi “*the surveillance of the environment*”, “*the correlation of the parts of society in responding to the environment*”, and “*the transmission of the social heritage from one generation to the next*”.

Selain itu, juga dijelaskan bahwa sistem sosial memiliki “*distinctive patterns*” (*institution*) tentang “*act of communication*” dan tugas untuk menentukan “*certain criteria of efficiency in communication*”—lembaga dan kebijakan komunikasi yang menjamin efektivitas komunikasi. Namun dalam kaitan ini perlu ditambahkan bahwa rangkaian kelima pertanyaan Lasswell di atas tidak meliputi pertanyaan tentang “*Why*”, sehingga para siswa komunikasi tidak memperoleh pemahaman tentang berapa besar makna komunikasi (massa) dalam masyarakat dan bagaimana mengukurnya.

Salah satu konsep penting sebagai dampak dari komunikasi pembangunan adalah modernisasi (*modernization*), yang secara khusus meliputi pembaharuan politik dan partisipasi sosial dalam pembangunan. Sebagai dosen yang percaya pada fungsi komunikasi dalam proses modernisasi sosial dan politik, penulis berkenalan dengan buku *Modernization*, yang disunting oleh Myron Weiner (ed, 1966)) dan buku *Becoming Modern* karya Alex Inkeles dan David H. Smith (1974). Buku Weiner adalah buku umum yang berisi makalah-makalah yang pernah disiarkan radio di Amerika Serikat tentang ide-ide pokok dalam perubahan sosial politik suatu bangsa, sedang buku Inkeles-Smith merupakan laporan riset ilmiah tentang pelaksanaan modernisasi di Asia, Afrika, dan Amerika Latin. Secara singkat dapat dikatakan bahwa buku kedua merupakan pendukung empiris dari konsep-konsep yang termuat dalam buku pertama. Selanjutnya, khusus tentang komunikasi dan partisipasi politik penulis berkenalan dengan buku *Communications and Political Development* (1963) yang berisi hasil-hasil riset dan pengamatan tentang perkembangan komunikasi dan sosial-politik di Asia dan Afrika oleh Lucian W. Pye (ed., 1963). Pada dasarnya isi buku ini sejalan dan melanjutkan “teori demokrasi” di Amerika yang termuat dalam *The Civic Culture* (1963) karya Gabriel Amond dan Sidney Verba.

Dari beberapa buku penting karya tokoh-tokoh komunikasi di atas—meskipun tidak semua makalah tentang berbagai persoalan itu dapat penulis

pahami—muncul kesan bahwa komunikasi adalah sebuah bidang studi yang interdisipliner. Namun bagaimana kaitan antara berbagai disiplin keilmuan membentuk jalinan dan membentuk teori-teori komunikasi, penulis tidak begitu paham. Demi pemahaman tentang pembentukan teori-teori itu, penulis merasa perlu melanjutkan studi Pascasarjana ke Amerika, karena dari negeri itulah nama-nama besar di bidang komunikasi yang dikenal itu berasal, sehingga kisah pengandaian ini masih akan dilanjutkan di bagian berikutnya.

## **ILMU KOMUNIKASI: BIDANG STUDI INTERDISIPLINER**

Bagaimana ilmu komunikasi menemukan dirinya sebagai bidang studi “interdisipliner”? Pertanyaan ini langsung mengacu pada kenyataan bahwa banyak ahli dari berbagai bidang keilmuan, seperti psikologi, sosiologi, ilmu politik, *cybernetics*, matematika, retorika, linguistik, seni, kebudayaan, dan sejarah, yang tertarik pada “komunikasi” karena “zaman menuntutnya”. “Tuntutan zaman” itu berkaitan dengan disorganisasi sosial dan disfungsi sistem, khususnya karena perang. Para ahli psikologi, misalnya, menggarap masalah-masalah psikologi dalam komunikasi dan ahli matematik mengembangkan teori informasi yang sangat dibutuhkan. Komunikasi dipandang sebagai bidang penelitian yang bermanfaat untuk memahami perilaku manusia dan perilaku sosial maupun dapat membantu menjelaskan teori-teori lain agar dapat diaplikasikan pada kehidupan nyata saat zamannya. Dari sejumlah ahli dari berbagai bidang keilmuan itu muncul sangat mencolok empat nama dari tiga bidang keilmuan—dua orang ahli psikologi, seorang ahli sosiologi, dan seorang lagi ahli ilmu politik—yang oleh Schramm (1962) dinyatakan sebagai “*the founding fathers of communication research*” dalam studi ilmu komunikasi.

Dalam tulisannya yang berjudul “*Communication Research in the United States*” yang menjadi pengantar buku berjudul *The Science of Human Communication* (Schramm, ed., 1962) dengan tegas menyatakan Paul Lazarsfeld (ahli sosiologi didikan Vienna), Kurt Lewin (ahli psikologi didikan Vienna), Harold Lasswell (ahli ilmu politik didikan Universitas Chicago), dan bintang mati muda Carl Hovland (ahli psikologi didikan Yale University). Paul F. Lazarsfeld (1901-1976) yang berkebangsaan Austria, datang ke Amerika Serikat dan menjadi staf di *Bureau of Applied Social Research* di Columbia University, New York. Lazarsfeld mempunyai spesialisasi “*survey research*” dengan minat khusus tentang dampak-dampak media massa dan hubungannya dengan pengaruh pergaulan (*personal influence*). Baginya pengukuran khalayak

(*audience measurement*) dapat digunakan untuk memahami media. Pilihan atas jenis program menunjukkan sesuatu tentang orang maupun tentang programnya sendiri. Langkah berikutnya mencari tahu tentang mengapa orang-orang memilih program tersebut. Kemudian mengetahui bagaimana mereka menggunakan apa yang diperolehnya dari media, dan akhirnya apa dampak dari media atas perilaku dalam pemilihan umum, cita rasa, dan pandangan-pandangan umum tentang kehidupan dan masyarakat. Di lembaga tersohor itu, selain Lazarsfeld juga bekerja Robert K. Merton, seorang ahli teori sosial moderen, yang mencetuskan konsep-konsep penting—*latent and manifest functions, social effects, opinion leadership, parochialism, cosmopolitanism, dan popular taste*—sebagai dampak dari penggunaan media massa. Kemudian dari lembaga tersebut muncul ahli-ahli kenamaan, seperti Elihu Katz, Joseph T. Klapper, dan Herbert Menzel.

Tokoh kedua adalah Kurt Lewin (1890-1947), yang berkebangsaan Austria adalah seorang ahli psikologi Gestalt yang datang ke Amerika Serikat dan bekerja di University of Iowa. Minatnya adalah pada komunikasi dalam kelompok dan dampak dari tekanan kelompok, norma-norma kelompok, ikatan dan keutuhan kelompok, dan peran kelompok dalam perilaku maupun pada sikap-sikap anggota kelompok. Dari rangkaian riset yang dilakukan dengan beberapa staf mudanya, diperoleh pemahaman tentang perilaku kelompok dengan kepemimpinan demokratik dan kepemimpinan otoriter (*democratic and authoritarian leadership*), perubahan perilaku penting dengan komunikasi dan keputusan partisipatif kelompok—pembiasaan makan daging limpa, hati, dan ginjal sapi—jaringan informasi kelompok dan *gatekeeping role (social network)*. Dengan berbagai riset kelompok yang dilakukan, ia diakui sebagai perintis *Group Dynamics Movement*. Di antara para ahli kenamaan yang kemudian melanjutkan minat Lewin adalah Leon Festinger dan William J. McGuire, Jack Brehm, dan David Manning White.

Tokoh ketiga adalah Harold Dwight Lasswell (1902-1978), kelahiran Donnellson di Illinois, adalah seorang ahli ilmu politik lulusan University of Chicago. Minat awalnya adalah pada penelitian tentang propaganda dalam aliran riset kesisteman (*systems research*) tentang komunikasi di kalangan bangsa-bangsa dan masyarakat. Kemudian studinya makin terfokus pada tokoh-tokoh komunikasi politik yang sangat berpengaruh di Eropa, seperti Adolph Hitler. Dalam usaha tersebut ia menjadikan ilmu politik tidak terpisahkan dari komunikasi, dan selanjutnya komunikasi terkait dengan psikoanalisis. Singkatnya, ia berjasa karena telah berhasil meyakinkan bahwa komunikasi memang merupakan bidang studi interdisipliner. Dari riset-riset Lasswell tersebut dapat dipelajari tentang *content analysis* dan penggunaan statistik dalam riset komunikasi. Dampak komunikasi—propaganda sebagai komunikasi

politik—dapat dilihat pada bobot dan intensitas pola penggunaan kata-kata kunci dan lambang (*symbol*) di dalam pesan-pesan yang disebarakan melalui media massa. Dengan konsep propaganda itu Lasswell mengajukan pemikiran “pengubahan pandangan orang” sebagai strategi “*managing public opinion*”. Minatnya terhadap “public opinion” memperkuat kedudukan konsep “*Public Opinion*” di negara demokrasi yang mengandalkan media komunikasi massa yang sebelumnya dicituskan oleh Walter Lippmann (1922). Bekerja sama dengan John Marshall, salah seorang pengurus The Rockefeller Foundation, ia membuat program “*Rockefeller Foundation Seminar on Mass Communication*” yang berlangsung selama sepuluh bulan (1939-1940). Rangkaian seminar itu antara lain melahirkan sebuah buku klasik, yang sangat penting dalam studi ilmu komunikasi, berjudul *The Communication of Ideas* (ed. Lyman Bryson, 1948). Buku klasik ini berisi enambelas artikel tentang berbagai aspek komunikasi—tiga di antaranya dikenal karena dimuat kembali dalam buku Wilbur Schramm, yakni “*The Structure and Function of Communication in Society*” (Harold D. Lasswell), “*Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action*” (Paul F. Lazarsfeld dan Robert K. Merton) dan “*Some Cultural Approaches to Communication*” (Margaret Mead). Dua tokoh muda yang melanjutkan minat Lasswell di bidang “*public opinion, mass communication, content analysis, and propaganda*” adalah Ralph Casey lulusan dari University of Wisconsin dan Ithiel de Sola Pool lulusan University of Chicago. Bahkan selama Perang Dunia II Casey dan Lasswell sama-sama bekerja di Office of Facts and Figures yang kemudian menjadi lebih terkenal dengan sebutan Office of War Information (OWI) di Washington, D.C.

Tokoh keempat adalah Carl Hovland (1912-1961), seorang ahli psikologi yang mempunyai reputasi sebagai ahli psikologi eksperimental. Sebagai dosen yang juga mempunyai pengalaman bekerja pada US Army Research Branch di bawah pimpinan Samuel A. Stouffer selama perang dunia, ia menunjukkan minat yang luar biasa pada “*communication and attitude change*”. Pada awalnya ia melakukan studi tentang “*persuasion*” yang bertumpu pada teori Carl Rogers tentang pentingnya “*conclusion drawing by clients*” dalam hubungannya dengan “*credibility of the communicator*” dalam proses perubahan sikap, dan teori tentang “*mass communication and its effects*”. Kemudian minat penelitiannya dilanjutkan dengan rangkaian eksperimen pembelajaran di kalangan militer, yang terkenal sebagai buku dengan judul *Experiments on Mass Communication* (1949). Dalam rangkaian eksperimen itu, ia menggunakan film melihat “*the effects of the army’s morale films*” yang dilengkapi dengan wawancara mendalam dengan personil militer—tidak hanya mengandalkan ukuran kuantitatif. Film-film itu dibuat untuk meningkatkan semangat bertempur di kalangan militer. Dengan eksperimen-eksperimen yang



menggarap konsep-konsep Aristoteles—*logos*, *etos*, dan *pathos*—Hovland dapat dikatakan menghidupkan kembali pengembangan retorika moderen (*modern rhetoric*). Dalam riset-riset tersebut, misalnya, ia menggunakan konsep-konsep kredibilitas, pesan-pesan satu sisi dan dua-sisi, pengaruh rasa takut, dan inokulasi untuk melawan propaganda. Dalam literatur komunikasi, riset Carl Hovland terkenal dengan sebutan “*message learning approach*” (*MLA*), yang pada dasarnya menunjukkan bagaimana orang belajar tentang pesan-pesan komunikasi. Rangkaian riset eksperimen yang dilakukan oleh Hovland mempunyai implikasi sangat besar pada komunikasi massa, karena meskipun “*persuasion experiments*” itu dapat dikategorikan sebagai komunikasi antar pribadi namun juga berlaku untuk studi tentang *perilaku* komunikasi massa pada tingkatan mikro, yakni bagaimana orang “menyerap pesan-pesan” (*reception of messages*) dari media komunikasi massa. Dari seluruh rangkaian penelitiannya, “*the credibility experiments*” adalah yang paling tersohor dan menjadi model dalam penelitian-penelitian sejenis selanjutnya. Berkat rangkaian penelitiannya tersebut, oleh Schramm (1985), ia dijuluki sebagai “orang yang paling berjasa di bidangnya”. Julukan itu nampaknya tidak berlebihan, karena “setiap tahun sejak terbitnya buku *Communication and Persuasion* (1958) sampai akhir hayatnya (1961) Hovland dan stafnya di Yale University menerbitkan sebuah buku tentang perubahan sikap”. (Everett M. Rogers, 1994: 378-79). Para penerus kenamaan yang melanjutkan studi jalur ini adalah Irving L. Janis dan Nathan Maccoby. Dari Hovland dapat dipelajari tentang “teori perubahan sikap melalui komunikasi”—*the theory of how to change attitudes by means of communication*.

Sumbangan keempat tokoh perintis ini sangat mewarnai teori dan metodologi dalam penelitian komunikasi—khususnya komunikasi massa—di Amerika kemudian. Dengan jelas tampak bahwa penelitian komunikasi mengandalkan *pengukuran* dengan angka-angka—*quantitative rather than speculative*—seperti “*content analysis, audience measurement, group dynamics, message learning approach*”, meskipun Carl Hovland juga menggunakan wawancara untuk membantu penjelasannya. Mereka pada dasarnya sangat peduli tentang *pengembangan teori*, namun bagi mereka yang penting adalah *teori yang dapat diuji*. Singkatnya, tampil sebagai “behavioral researchers”, mereka mencoba mencari sesuatu tentang “mengapa manusia bertindak begitu”—*behave as they do*—dan bagaimana komunikasi dapat membuat mereka hidup bersama secara lebih bahagia dan produktif.

Dari pengamatannya tentang penelitian komunikasi di Amerika Serikat, Schramm akhirnya menjelaskan bahwa “pusat-pusat studi komunikasi bermunculan tidak saja terbatas pada *Bureau of Applied Social Research* (Columbia University) dan *Communication and Attitude Change Program*

(Yale University), tetapi juga menyebar ke Stanford, Illinois, M.I.T. , Michigan State dan Wisconsin” (Schramm, 1962: 6).

Dalam kisah pengandaian ini penulis tentu saja kecewa menemukan kenyataan bahwa Wilbur Schramm dan Everett M. Rogers yang semula penulis anggap sebagai “*dua nama paling besar*” dalam studi komunikasi—khususnya komunikasi massa—tidak didudukkan sebagai “*founding fathers*”. Penulis baru merasa lega kemudian, ketika membaca bahwa Wilbur Schramm (1907-1987) mendapat julukan “*institutionalizer*”—*pelembaga studi ilmu komunikasi*—oleh Everett M. Rogers (1986: 107). *Komunikasi menjadi bidang keilmuan secara penuh dan absah—terpisah dari ilmu politik, sosiologi, dan psikologi—berkat usaha dan jasa dari Schramm*. Berikut ini adalah beberapa kesimpulan yang dapat ditarik dari kesaksian para ahli tentang jasa Wilbur Schramm sebagai “*institutionalizer*” dalam bidang studi ilmu komunikasi.

- “[It was his vision], “more than anyone else, that communication could become a *field of study in its own right*” (William Paisley, 1985: 2).
  
- Memang sejak ditunjuk menjadi Director of Education Division pada *Office of Facts and Figures (OFF)* oleh penyair Archibal MacLeish, yang saat itu menjadi kepala US Library of Congress, yang merangkap jabatan direktur OFF, Schramm membayangkan komunikasi sebagai sebuah bidang keilmuan ... “*Vision of Communication Study*” yang menimba banyak konsep dan teori dari ajaran-ajaran psikologi, sosiologi, dan politik *namun* berdiri sendiri dan tidak merupakan bagian dari ketiganya.
  
- “He had a *vision for founding the new field of communication study.*” (Rogers, 1994: 16).
  
- Visi itu lahir dari pengalamannya selama lima belas bulan sebagai perencana “*white propaganda ... aimed at domestic audience*”: menyebar informasi kepada rakyat tentang perkembangan perang dan himbauan agar rakyat rela melakukan pengorbanan tertentu untuk memenangkan perang.

Singkatnya, kampanye untuk “*to boost domestic morale*” yang menjadi tanggung jawabnya sebagai perencana “white propaganda” itu memaksa Schramm terlibat dalam sebuah jaringan interaksi yang intensif dengan berbagai ahli ilmu sosial yang menjadi *pejabat* atau *penasehat* pada tiga lembaga penting di Washington DC saat itu, yakni *Research Branch-Information and Education Division* (US Army) yang diketuai Samuel A. Stouffer, *Survey Division-Office of War Information* (OWI) pimpinan Elmo Wilson, dan *Division of Program Surveys-US Department of Agriculture* (USDA) pimpinan Rensis Likert. “Jaringan intensif selama Perang Dunia II itu “*created the conditions for the founding of communication study*”.

- Willard Grosvenor Bleyer (1934), yang kemudian terkenal dengan sebutan “Daddy Bleyer”, “*the founding father of journalism education*” menyempurnakan pendidikan jurnalisme di University of Wisconsin—Departemen of Journalism dibentuk tahun 1912—menjadi bidang studi ilmu sosial yang handal—bukan program teknik jurnalistik—dengan menggabungkan ilmu-ilmu sejarah, ekonomi, politik dan pemerintahan, sosiologi, psikologi, dan ilmu kemunusiaan. Dengan penyempurnaan tersebut, pendidikan jurnalisme mendapat tempat terhormat dan berkembang di universitas yang bangga sebagai *Research University* itu, karena dapat dilanjutkan dengan program doktor, yang kemudian terkenal dengan sebutan “*School of Journalism and Mass Communication*”. Hasil didikan Bleyer, seperti Ralph O. Nafziger, Fred Siebert, Chilton Bush, dan Ralph Casey kemudian menjadi motor penggerak dari program komunikasi yang dibangun oleh Wilbur Schramm. (Rogers, 1994: 466).
  
- Ralph O. Nafziger, seorang didikan Bleyer di University of Wisconsin, memperkenalkan “*some communication study into his school of journalism*” di University of Minnesota (1944)—mengembangkan jurnalisme menjadi komunikasi massa.

Singkatnya, langkah yang ditempuh Wilbur Schramm memang istimewa—berbeda dengan Nafziger dan Bleyer. Kalau kedua tokoh itu “memantapkan kedudukan ilmiah pendidikan jurnalisme” yang ada dengan mempersiapkan program pascasarjana dengan orientasi komunikasi massa, Wilbur Schramm mempersiapkan *peluncuran program baru, yang belum ada sebelumnya—“launching a whole new field of academic study”*. Hal itu mulanya dilakukan di University of Iowa, tetapi baru terlaksana beberapa waktu kemudian di Illinois dengan didirikannya Institute of Communication Research di University of Illinois (1947). Perkembangan ilmiah dan riset komunikasi—khususnya komunikasi massa—terkait dengan munculnya Communication Research Institute yang menopang program-program doktoral di universitas-universitas Iowa, (1943), Illinois (1947), Wisconsin (1949), Minnesota (1951), dan Stanford (1952). Pembicaraan tentang awal dari program pascasarjana ilmu komunikasi ini dibuat agak rinci karena hal itu sangat berpengaruh pada arah perkembangan ilmiah—teori-teori komunikasi umumnya berkembang sejalan hasil riset para penulis disertasi untuk gelar doktor, karena gelar tersebut memang merupakan gelar riset.

## **STATUS SEKARANG**

Pengenalan tentang keempat “*bapak*” ilmu komunikasi dan “*perintis*” program pendidikan pascasarjana di bidang ilmu komunikasi dapat memberikan bayangan pada kita, bagaimana perkembangan teori komunikasi selanjutnya. Teori komunikasi berkembang di kampus-kampus yang menyelenggarakan *pendidikan pascasarjana yang dilengkapi pusat atau lembaga riset komunikasi massa* yang berawal di universitas-universitas di wilayah Midwest—dengan kekecualian universitas Stanford di California—yang kemudian diikuti oleh universitas di wilayah lain. Pengembangan teori-teori komunikasi merupakan hasil rangkaian kerja riset yang tidak mengenal lelah—baik melalui pendekatan *positivism* maupun *subjectivism*—sebagaimana tersirat dari riset para bapak di atas. Ilmu komunikasi yang dicita-citakan oleh Wilbur Schramm tidak terbatas pada bidang “*komunikasi massa*” (*mass communication*) yang ternyata dikaitkan dengan *Journalism*, tetapi juga meliputi “*komunikasi antar manusia*” (*human communication*), yang pada saat itu dipahami sebagai “*komunikasi antar pribadi*” (*interpersonal communication*) dan menjadi bagian dari *Speech and Drama*. Komunikasi massa cenderung berkembang sebagai profesi keilmuan sosial, sehingga umumnya dikelola sebagai “*Sekolah*” (*School of Journalism and Mass Communication*), sedang komunikasi antar pribadi dikembangkan sebagai ilmu kemanusiaan dalam

bentuk “Jurusan” (*Departemen of Speech Communication* atau *Communication Arts*) yang berafiliasi dengan Department of English. Banyak universitas terkenal memiliki kedua-duanya—*School of Journalism and Mass Communication* dan *Department of Communication Arts*. Dalam praktek, mahasiswa mempunyai kebebasan untuk mengembangkan program studinya dengan mengambil kuliah di kedua departemen tergantung pada minat khusus dalam penyusunan program pribadinya.

Arah dan orientasi teoritik dalam studi ilmu komunikasi secara teratur dirangkum dan ditinjau ulang dalam buku-buku teori dan perkembangan dari saat ke saat dilaporkan dalam *Communication Yearbook*. Buku-buku teori yang beredar di Indonesia antara lain *Theories of Human Communication* (Stephen W. Littlejohn), *Theories of Mass Communication* (Melvin L. DeFleur), *Mass Communication Theory* (Denis McQuail), *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts* (Katherine Miller), *A First Look at Communication Theory* (Em Griffin), dan *Foundations of Communication Theory* (ed. Kenneth Sereno dan C. David Mortensen). Perkembangan teori terutama menjadi pembicaraan dan topik penelitian dari jurnal-jurnal ilmiah yang diterbitkan oleh ICA (*International Communication Association*), khususnya *Communication Theory*, *Journal of Communication*, dan *Human Communication Research* dan AEJMC (*Association for Education in Journalism and Mass Communication*), khususnya *Journalism and Mass Communication Quarterly*, *Journal of Public Relations Research*, dan *Mass Communication and Society*.

Untuk memudahkan pemahaman dan pembedaan teori-teori yang kini dikembangkan dalam berbagai kegiatan penelitian dan dilaporkan dalam jurnal-jurnal ilmiah, Robert Craig (University of Colorado) mencoba *membuat peta teori (mapping the theory)*, yang meliputi tujuh bidang, yang telah membentuk tradisi dalam penelitian komunikasi. Ketujuh teori adalah 1) *socio-psychological theory*: pengaruh antar pribadi (*interpersonal influence*); 2) *cybernetics theory*: pemrosesan informasi (*information processing*); 3) *rhetorical theory*: seni pidato (*the artful public address*); 4) *semiotics theory*: proses kebersamaan makna melalui tanda (*the process of sharing meaning through signs*); 5) *socio-cultural theory*: penciptaan dan pengungkap realitas sosial (*creation and enactment of social reality*); 6) *critical theory*: penelusuran reflektif tentang wacana yang timpang (*reflective challenge of unjust discourse*); dan 7) *phenomenological theory*: pengalaman pribadi dan orang lain melalui dialog.

Bila disimak menurut paradigma yang digunakan maka segenap penelitian yang disajikan dalam jurnal-jurnal ilmiah baku (*mainstream communication journals*) yang dimaksudkan untuk membangun teori tersebut dapat digolongkan menjadi tiga paradigma dasar yaitu 1) empirisme, yang mencoba menjelaskan, meramalkan, dan melakukan kontrol atas fenomena-fenomena yang teramati dengan menunjukkan hubungan-hubungan yang umum dan penting; 2) hermeneutika, yang mencoba memahami makna-makna perilaku manusia melalui penafsiran teks dan kerangka-kerangka pemahaman; dan 3) kritikisme, yang mencoba melakukan perubahan-perubahan emansipatoris melalui refleksi kritis atas kebiasaan sosial. Paradigma kedua dan ketiga menjadi sangat populer dalam pendekatan budaya (*cultural studies*) yang juga terkenal dengan sebutan *media studies* yang menunjukkan ciri khusus, yakni “*naturism, social causation, and functionalism*” (James Porter et al. 1993: 317-335).

Bila buku-buku teori dan jurnal-jurnal tersebut disimak, dapat diperoleh sebuah gambaran bahwa teori fungsionalisme, terutama “*communication effect*” merupakan teori komunikasi yang tetap kokoh dan dimantapkan oleh rangkaian penelitian di berbagai lingkungan sosial. Teori ketergantungan (*dependency theory*) dan pembuatan jadwal (*agenda setting*) telah berkembang ke arah pembentukan kerangka pandang individual (*framing*). Namun perlu dicatat bahwa teori propaganda—termasuk kampanye politik—tidak lagi dianggap memiliki “super-influence” seperti dalam Era Perang Dingin, meskipun propaganda sudah menjadi roh komodifikasi informasi dan iklan bisnis. Salah satu aliran dalam teori besar fungsionalisme adalah *teori normatif (normative theory)* yang menjelaskan letak, kedudukan, dan fungsi komunikasi dalam konteks sosial budaya dalam artian luas—sosial, ekonomi, peolitik, psikologi, dan budaya.

*Teori kesisteman (systems theory)*, yang juga dikenal sebagai *teori kesisteman dasar (general systems theory)*, termasuk *teori informasi (information theory)* dan *sibernetika (cybernetics)* secara khusus menjadi landasan bagi perkembangan komunikasi keorganisasian dan teori jaringan yang peka terhadap umpan balik, distorsi, *kadar muatan (load capacity)*, saluran-media, dan interdependensi antar sistem—subsistem-sistem-suprasistem—melalui *input, process, dan output plus feedback*. *Teori informasi dan pengaruh (information theory and influence)* khususnya dikembangkan menjadi bidang kajian dan profesi *hubungan masyarakat (public relations)*, yang juga meliputi *public opinion and the communication of consent*.

Berkat pengaruh paradigma kritis *sistem produksi komunikasi* kini mendapat perhatian yang makin besar, karena media komunikasi massa dianggap sebagai alat dari kelas dominan untuk mempengaruhi kesadaran sosial palsu (*false consciousness*) dengan nilai-nilai materialistik dan hedonistik guna memupuk hegemoni. Dalam kerangka ini baik penguasaan media massa global maupun kebijakan isi mendapat perhatian khusus—terutama televisi yang telah tampil sebagai media massa yang paling global. Dalam kerangka paradigma kritis ini juga muncul pendekatan naturalistis yang menghasilkan etnometodologi dan fenomenologi postmodernisme yang cenderung menampilkan pemahaman pribadi atas fenomena yang tengah terjadi. Pada dasarnya ini merupakan manifestasi paling signifikan dari *subjektivisme* menuju *konstruktivisme (social constructivist)*, yang antara lain memunculkan “*post colonial communication theory of development*” dan *dikotomi antara “lokalisme dan globalisme”*. Teori kritis telah menunjukkan kekuatan analisis tradisional sejak dicetuskannya teori “*structural imperialism*” dan “*underdevelopment dan dependence*” dalam jaringan komunikasi internasional—termasuk *cultural domination theory*. Akhirnya, salah satu jasa besar dari teori kritis adalah lahirnya *feminisme* dalam teori komunikasi.

Subjektivisme tentang pemaknaan pesan komunikasi—khususnya dari media *komunikasi massa (mediated message)*—*gratification theory* yang umumnya dipahami dalam pengertian “*uses and gratifications*” , yang dioperasionalisasikan sebagai kepuasan yang diharapkan dan kepuasan yang diperoleh, kini masih terus dikembangkan bahkan dengan kemungkinan “*feedback*” untuk memahami media khalayak yang aktif menghadapi pilihan-pilihan media. Subjektivisme dalam pemaknaan dan pemaknaan sosial telah melahirkan interaksionisme simbolik yang akhirnya melahirkan konsep budaya sebagai alat kontrol pergaulan sosial—dalam sistem organisasi mendapat sebutan *organizational culture* atau *corporate culture*—karena budaya dipandang sebagai alat yang efektif untuk mengurangi “*uncertainty*” dari lingkungan.

Teori terakhir yang kiranya layak dikemukakan adalah munculnya *multi-kulturalisme komunikasi* dalam teori maupun praktek. Multikulturalisme berkaitan dengan globalisme yang kini sedang melanda dunia—termasuk dunia bisnis—sehingga multikulturalisme dan diversitas budaya dalam teori komunikasi organisasi, *public relations*, maupun komunikasi internasional kini mendapat perhatian luar biasa.



## **DAFTAR PUSTAKA**

- Berelson, Bernard dan Morris Janowitz (eds). 1953. *Reader in Public Opinion and Communication*. Glencoe, IL: The Free press
- Berger, Charles R. dan Steven H. Chaffee (eds). 1987. *Handbook of Communication Science*. Newbury, CA: Sage Publications Inc.
- Bryson, Lyman (ed). 1948. *The Communication of Ideas*. New York: Harper and Brothers & Institute for Religious and Social Studies.
- Cherry, Colin. 1975. *On Human Communication: A Review, A Survey, and A Criticism*. Seventh printing. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Delia, Jesse G. 1987. Communication Research: A History dalam *Handbook of Communication Science*, eds. Berber R. Charles dan Steven H. Chaffee. Newbury, CA: Sage Publications Inc.
- Griffin, Em. 2003. *A First Look at Communication Theory*. Fifth ed. Boston, MA: McGraw-Hill Book Co.
- Heath, Robert L. dan Jennings Bryant. 2000. *Human Communication Theory and Research*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum associates, Publishers.
- Lerbinger, Otto dan Albert J. Sullivan (eds). 1965. *Information and Influence*. New York: Basic Book Co.
- Littlejohn, Stephen W. 2002. *Theories of Human Communication*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Co.
- Miller, Katherine. 2002. *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts*. Boston, MA: McGraw-Hill Book Co.



- McQuail, Denis. 2000. *Mass Communication Theory*. Fourth ed. London: Sage Publications Inc.
- Rogers, Everett M. 1994. *A History of Communication Study: A Biographical Approach*. New York: The Free Press.
- Schramm, Wilbur (ed). 1960. *Mass communications*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- \_\_\_\_\_. 1961. *The Science of Human Communication*. New York: Basic Book Co.
- \_\_\_\_\_. 1972. *The Process and Effects of Mass Communication*. Revised ed. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Sereno, Kenneth dan David Mortensen (eds). 1970. *Foundations of Communication Theory*. New York: Harper & Row Publishers.
- Smith, Alfred G. (ed). 1966. *Communication and Culture: Reading in the Codes of Interaction*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Sola Pool, Ilthiel de, Wilbur Schramm (eds). *Handbook of Communication*. Chicago, IL: Rand McNally Publishing Co.
- Communication Theory*: an official journal of ICA (International Communication Association)
- Communication Yearbook*: an official publication of ICA
- Human Communication Research*: an official journal of ICA (International Communication Association)
- Journal of Communication*: an official journal of ICA (International Communication Association)
- Journalism and Mass Communication Quarterly*: an official journal of AEJMC (Association for Education in Journalism and Mass Communication)

*Journal of Public Relations Research*: an official journal of AEJMC  
(Association for Education in Journalism and Mass  
Communication)

*Mass Communication and Society*: an official journal of AEJMC  
(Association for Education in Journalism and Mass  
Communication)