

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Komunikasi**

Komunikasi ialah elemen vital yang mempengaruhi setiap aspek kehidupan manusia. Tanpa komunikasi, manusia tidak bisa berinteraksi, bekerja sama, atau berbagi pengetahuan dan pengalaman. Komunikasi adalah jembatan yang menghubungkan individu dalam berbagai konteks, baik itu dalam keluarga, di tempat kerja, ataupun di masyarakat luas. Melalui komunikasi, kita dapat menyampaikan perasaan, pemikiran, dan informasi yang diperlukan untuk membangun hubungan dan mencapai tujuan bersama. Komunikasi memungkinkan individu untuk menjalin hubungan yang lebih dalam dan bermakna. Dalam setiap interaksi sosial, komunikasi adalah alat utama yang digunakan untuk menyampaikan kebutuhan, keinginan, dan harapan. Dengan berkomunikasi, kita dapat mengungkapkan diri kita, memahami orang lain, dan menciptakan rasa saling menghargai serta kepercayaan. Tanpa komunikasi, individu akan mengalami kesulitan dalam menjalin koneksi dengan orang lain, yang pada akhirnya dapat mengisolasi mereka dari lingkungan sosialnya.

Kata "komunikasi" berasal dari bahasa Latin "communico," yang berarti "membagi" atau "berbagi." Ini menunjukkan bahwa inti dari komunikasi adalah berbagi ide, pikiran, atau informasi antara individu. Kata ini juga berakar dari "communis," yang berarti "sama" atau "kesamaan," yang mengisyaratkan bahwa komunikasi yang efektif membutuhkan kesamaan makna atau pemahaman antara pihak-pihak yang terlibat. Tanpa kesamaan ini, pesan yang disampaikan tidak akan mencapai tujuan yang diinginkan karena penerima tidak memahami pesan seperti

yang dimaksud oleh pengirim. Konsep "communis" atau "kesamaan" menyoroti pentingnya kesepahaman dalam komunikasi. Kesepahaman ini adalah landasan dari komunikasi yang efektif. Jika kedua belah pihak memiliki pemahaman yang sama tentang konteks, isi pesan, dan tujuan komunikasi, maka kemungkinan besar pesan tersebut akan diterima dan diinterpretasikan dengan tepat. Tanpa kesamaan pemahaman ini, risiko kesalahpahaman dan distorsi pesan meningkat, yang dapat menghambat tujuan komunikasi.

Komunikasi pada dasarnya tidak hanya menyampaikan pesan, melainkan juga menciptakan pemahaman bersama, membangun hubungan, mempengaruhi, dan membentuk realitas sosial. Pertama, komunikasi bertujuan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dipahami dengan cara yang sama oleh penerima. Proses ini melibatkan pengkodean oleh pengirim dan dekoding oleh penerima, dan tanpa pemahaman bersama, pesan dapat disalahartikan, yang dapat mengarah pada kesalahpahaman dan konflik. Selain itu, komunikasi adalah alat utama untuk membangun dan memelihara hubungan antara individu. Melalui komunikasi, orang dapat mengekspresikan perasaan mereka, menunjukkan empati, dan memperkuat ikatan emosional, yang penting dalam semua jenis hubungan, baik itu pribadi, profesional, atau sosial. Komunikasi juga berfungsi sebagai alat untuk mempengaruhi orang lain, yang bisa terjadi melalui persuasi, di mana pengirim berusaha mengubah pandangan atau tindakan penerima. Akhirnya, komunikasi membantu membentuk realitas sosial dengan memungkinkan individu untuk berbagi pengetahuan, nilai-nilai, dan norma, yang secara kolektif membangun dan memperkuat struktur sosial masyarakat.

Dikutip oleh Daddy Mulyana, model komunikasi menurut Harold Lasswell, yang sering disebut sebagai model Lasswell, menguraikan proses komunikasi melalui pertanyaan "*who says what in which channel to whom with what effect.*" Model ini menekankan beberapa elemen kunci dalam proses komunikasi . Pertama, "*who*" mengacu pada komunikator atau pengirim pesan, yang bertanggung jawab atas isi pesan dan tujuan komunikasi. Kedua, "*says what*" merujuk pada konten atau isi pesan yang disampaikan oleh komunikator. Ini mencakup informasi, gagasan, opini, atau instruksi yang ingin disampaikan kepada penerima pesan. Ketiga, "*in which channel*" menyoroti saluran atau medium yang digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti lisan, tertulis, visual, atau elektronik. Keempat, "*to whom*" mengidentifikasi audiens atau penerima pesan, yang dapat menjadi individu, kelompok, atau masyarakat secara luas. Terakhir, "*with what effect*" menekankan hasil atau dampak dari pesan yang disampaikan, termasuk pengaruh, reaksi, atau perubahan yang mungkin terjadi pada penerima pesan setelah menerima dan memproses informasi tersebut. Model Lasswell memberikan pandangan yang komprehensif tentang elemen-elemen yang terlibat dalam proses komunikasi dan bagaimana mereka saling berhubungan untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan oleh pengirim pesan. Proses sebuah Komunikasi pada hakikatnya ialah proses yang dilakukan untuk menyampaikan sebuah pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pemikiran tersebut bisa berupa sebuah gagasan, sebuah informasi, sebuah opini, dan lain-lain yang akan muncul dari benak seseorang tersebut. Sedangkan perasaan bisa berupa suatu keyakinan, suatu kepastian, suatu keraguan, suatu kekhawatiran, kemarahan,

keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari dalam lubuk hati seseorang.

Menurut Onong Uchjana Effendy, seorang ahli komunikasi terkemuka di Indonesia, komunikasi bukan hanya sekadar pertukaran informasi, melainkan suatu proses yang kompleks dan mendalam. Effendy menekankan bahwa komunikasi melibatkan interaksi antara dua pihak atau lebih yang saling berhubungan. Dalam pandangannya, komunikasi adalah fenomena yang melampaui fungsi dasar sebagai alat penyampaian pesan. Effendy melihat komunikasi sebagai sarana untuk membangun pemahaman bersama antara individu atau kelompok. Ini berarti bahwa melalui komunikasi, para pihak yang terlibat dapat mencapai pemahaman yang lebih mendalam tentang perspektif dan perasaan masing-masing. Hal ini penting dalam menciptakan hubungan yang lebih baik dan harmonis.

Selain itu, Effendy juga menyoroti peran komunikasi dalam mempengaruhi perilaku dan pandangan. Melalui proses komunikasi yang efektif, seseorang dapat mempengaruhi dan mengubah pandangan atau tindakan individu lain. Ini menunjukkan kekuatan komunikasi dalam membentuk opini dan sikap, serta dalam mengarahkan perilaku sosial.

Salah satu pandangan penting dari Effendy adalah konsep komunikasi sebagai proses yang tidak hanya bersifat linear, tetapi juga bersifat interaktif dan transaksional. Dalam hal ini, komunikasi tidak hanya melibatkan pengirim pesan dan penerima pesan, tetapi juga adanya umpan balik dan proses saling mempengaruhi antara kedua pihak. Effendy menekankan pentingnya memahami konteks, budaya, dan situasi dalam proses komunikasi untuk mencapai pemahaman yang lebih baik dan menghindari kesalahpahaman. Mengapa manusia melakukan

komunikasi? berikut ini merupakan beberapa alasan mengapa individu melakukan komunikasi, yaitu untuk:

a. Mengubah sikap (*to change attitude*)

Carl Hovland mengatakan bahwa sikap seseorang terbentuk dan bagaimana mereka bersikap itu berubah karena melalui sebuah proses komunikasi. Dari sikap dia tersebut dapat mempengaruhi sikap terhadap suatu tindakan atau tingkah laku (Hartawan, 2022:91).

Sikap seseorang berubah bisa terjadi karena dia mengalami ketidaknyamanan dalam dirinya saat dihadapkan dengan sebuah informasi yang baru atau informasi yang bertentangan dengan keyakinannya. Orang tersebut akan berupaya baik itu secara sadar maupun tidak sadar untuk membatasi dan mengurangi ketidaknyamanan pada dirinya.

b. Mengubah opini, pendapat, dan pandangan (*to change the opinion*)

Mengubah sebuah opini, pendapat dan pandangan yang dimaksud ialah mengubah sebuah opini yang mana dimaksudkan kepada diri seorang komunikan agar terjadinya perubahan opini dan pandangan pada suatu hal yang disesuaikan dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

c. Mengubah perilaku (*to change the behaviour*)

Mengubah perilaku yang dimaksud ialah dengan adanya sebuah komunikasi yang terjadi diharapkan agar bisa merubah perilaku seseorang, tentunya dengan perilaku komunikasi tersebut agar sesuai dengan apa yang diharapkan oleh seseorang komunikator.

d. Mengubah masyarakat (*to change the society*)

Melalui komunikasi juga dapat mengubah masyarakat yang artinya bisa jadi lebih luas, dan diharapkan dengan melalui komunikasi tersebut bisa mengubah pola pikiran dan pola hidup Masyarakat sesuai dengan apa yang komunikator inginkan (Surachman, 2020:15).

Menurut Onong Uchjana Effendy, proses komunikasi tersebut terbagi menjadi dua tahap, yaitu komunikasi primer dan komunikasi skunder:

a. Proses Komunikasi Primer

Komunikasi secara primer, menurut pandangan Effendy, merujuk pada interaksi langsung antara individu atau kelompok tanpa melalui perantara atau media. Karakteristik utama dari komunikasi primer adalah sifatnya yang lebih personal dan interaktif, di mana pesan disampaikan dan diterima secara langsung. Tahap ini memiliki tujuan yang mendasar, yaitu untuk membangun hubungan interpersonal yang lebih dekat. Dengan adanya interaksi langsung, komunikasi primer memungkinkan adanya empati, pemahaman yang lebih dalam, serta ekspresi perasaan dan pendapat secara langsung antara pengirim pesan dan penerima pesan.

b. Proses Komunikasi Sekunder

Sementara itu, komunikasi secara sekunder dalam pandangan Effendy adalah proses komunikasi yang melibatkan media atau perantara dalam penyampaian pesan. Media yang digunakan dapat berupa surat, telepon, televisi, radio, internet, dan sebagainya. Karakteristik utama dari komunikasi sekunder adalah sifatnya yang tidak langsung dan cenderung bersifat satu arah, di mana pengirim pesan menggunakan media atau

perantara untuk menyampaikan pesan kepada penerima pesan tanpa interaksi langsung. Tujuan dari komunikasi sekunder bisa beragam, mulai dari penyampaian informasi, promosi, persuasi, hingga interaksi sosial dalam lingkungan virtual. Penggunaan media atau perantara ini dapat membantu mencapai audiens yang lebih luas atau memfasilitasi komunikasi dalam situasi tertentu yang tidak memungkinkan komunikasi langsung.

Dalam konteks komunikator, penggunaan media kedua seperti surat, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan teknologi lainnya menjadi sarana penting untuk mencapai audiens yang berada dalam jarak yang relatif jauh atau dalam jumlah besar. Komunikator memilih media ini ketika interaksi langsung tidak memungkinkan atau tidak praktis, misalnya untuk menyampaikan informasi secara tertulis kepada individu atau kelompok yang berada di lokasi geografis yang berbeda. Media massa seperti televisi dan radio digunakan untuk menjangkau audiens yang luas secara bersamaan.

Keunggulan utama dari penggunaan media kedua adalah kemampuannya untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan terstruktur kepada banyak orang tanpa perlu respons langsung dari penerima. Hal ini memungkinkan komunikator untuk mencapai audiens secara efektif dan efisien. Namun, ada beberapa pertimbangan yang harus diperhatikan, seperti biaya penggunaan media, ketersediaan teknologi, dan kecepatan dalam menyampaikan pesan.

Sebagai proses berlangsungnya komunikasi itu bisa digambarkan seperti berikut:

a. Komunikator

Komunikator, atau pengirim pesan, adalah pihak yang menyampaikan pesan atau informasi kepada komunikan dalam proses komunikasi. Komunikator bisa berupa individu, kelompok, organisasi, atau lembaga yang bertanggung jawab atas isi pesan yang disampaikan. Mereka juga berperan sebagai inisiator atau sumber informasi dalam suatu hubungan kelompok.

b. Pesan

Pesan ialah sebuah unit komunikasi yang terpisah sebagaimana dimaksudkan seorang sumber untuk di konsumsi oleh beberapa orang ataupun kelompok penerimanya. Sebuah pesan dapat disampaikan melalui berbagai macam cara contohnya bisa melalui kurir, telegraf, surat maupun email.

c. Tujuan pengiriman

Tujuan pengiriman pesan mengacu pada maksud yang ingin dicapai oleh komunikator dengan menyampaikan pesan tersebut. Tujuan ini bisa beragam, termasuk memberikan informasi, mempengaruhi sikap atau perilaku, membangun hubungan, atau meningkatkan kesadaran dan mendapatkan dukungan untuk suatu tujuan atau isu

d. Media atau saluran

Media merupakan sarana atau platform yang digunakan untuk mengirimkan pesan kepada komunikan. Media ini bisa berupa media tradisional seperti surat, telepon, dan televisi, maupun media modern seperti internet, media sosial, dan aplikasi pesan instan. Pemilihan

media yang tepat sangat mempengaruhi efektivitas dan efisiensi dalam penyampaian pesan.

e. Fungsi Penerima

Fungsi penerima pesan melibatkan proses penerimaan, interpretasi, dan pemahaman pesan yang dikirimkan oleh komunikator. Penerima pesan memainkan peran penting dalam mengurai pesan yang diterima, menafsirkan maknanya, dan merespons sesuai dengan konteks dan tujuan komunikasi.

f. Respons

Respons merupakan reaksi ataupun tanggapan yang diberikan oleh penerima pesan setelah menerima dan memproses pesan yang disampaikan oleh komunikator. Respons dapat berupa perilaku, pendapat, atau perubahan sikap yang muncul sebagai hasil dari penerimaan pesan. Respons yang efektif menunjukkan pemahaman yang baik dan interaksi yang positif antara komunikator dan komunikan.

g. Komunikan

Komunikan, atau audiens, merupakan pihak yang menerima pesan dalam proses komunikasi. Komunikan bisa berupa individu, kelompok, atau masyarakat yang belum pernah saling mengenal sebelumnya. Mereka berperan dalam menerima, menginterpretasikan, dan merespons pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Secara teoritis, model komunikasi menyediakan representasi sederhana mengenai proses tersebut. Model ini membantu untuk memahami bagaimana

informasi mengalir dari pengirim (sender) ke penerima (receiver) melalui berbagai tahapan. Tahapan-tahapan dalam model komunikasi umumnya meliputi:

1. *Sender*: Pihak yang mengirimkan pesan atau informasi.
2. *Encoding*: Proses mengubah ide atau pesan menjadi simbol-simbol atau kode-kode komunikasi yang dapat dipahami oleh penerima.
3. *Message*: Pesan atau informasi yang disampaikan oleh sender kepada receiver.
4. *Channel*: Saluran atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti lisan, tulisan, atau media elektronik.
5. *Decoding*: Proses dimana receiver menginterpretasikan atau menerjemahkan pesan yang diterima menjadi pemahaman yang dimengerti.
6. *Receiver*: Penerima pesan atau informasi dari sender.
7. *Noise*: Gangguan atau halangan dalam proses komunikasi yang dapat mempengaruhi pemahaman pesan, seperti gangguan teknis atau ketidakjelasan pesan.
8. *Feedback*: Respons atau tanggapan yang diberikan oleh receiver kepada sender, menunjukkan sejauh mana pesan telah dipahami atau diterima dengan baik.

Pemahaman akan tahapan-tahapan ini membantu dalam memahami kompleksitas proses komunikasi, di mana setiap tahapan memiliki peran penting dalam memastikan pesan terlaksana dengan efektif dan efisien. Model ini juga mempertimbangkan adanya noise atau gangguan yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi, serta pentingnya adanya feedback untuk menjamin kesesuaian antara pesan yang disampaikan dan yang diterima. Dengan demikian,

model komunikasi tidak hanya berguna dalam konteks interpersonal, tetapi juga dalam konteks komunikasi organisasional, media massa, dan berbagai bidang lainnya di mana interaksi manusia dan penyampaian informasi diperlukan.

## **2.2 Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi ialah perpaduan antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk meraih tujuan ini, strategi komunikasi harus dirancang dengan baik agar operasionalnya efisien dan efektif. Strategi ini harus fleksibel, mampu menyesuaikan dengan berbagai situasi dan kondisi yang dapat berubah sewaktu-waktu. Secara keseluruhan, strategi komunikasi mencakup perencanaan, taktik, dan metode yang digunakan untuk memfasilitasi komunikasi, dengan memperhatikan berbagai aspek dalam proses komunikasi untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Peran komunikator dalam strategi komunikasi sangat penting. Komunikator harus dinamis dan siap melakukan perubahan jika terdapat faktor yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan. Selain itu, komunikator juga memainkan peran strategis dalam mengubah sikap, pendapat, dan perilaku melalui berbagai cara yang efektif untuk menarik perhatian. Ketika komunikator dapat menyampaikan pesan dengan jelas dan baik, dan komunikator merasa ada kesamaan tujuan, maka akan tercipta rasa ketertarikan dan simpati dari komunikan kepada komunikator. Hal ini merupakan faktor kunci dalam strategi komunikasi yang berhasil.

Komunikator harus memiliki kemampuan untuk menyesuaikan pesan dan cara penyampaiannya sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik komunikan. Ini berarti komunikator harus memahami konteks sosial dan budaya dari komunikan,

serta menggunakan saluran komunikasi yang paling efektif untuk menyampaikan pesan. Misalnya, dalam komunikasi bisnis, penggunaan email atau presentasi mungkin lebih efektif dibandingkan komunikasi tatap muka dalam beberapa situasi..

Dalam merumuskan strategi komunikasi, penting untuk tidak hanya menetapkan tujuan yang jelas tetapi juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak yang akan menjadi target komunikasi. Menurut Suprato (2011: 8), proses pengenalan khalayak dan penetapan sasaran mencakup beberapa langkah penting yang perlu dilakukan:

#### 1. Mengenal Khalayak

Mengenal khalayak adalah langkah pertama yang krusial dalam strategi komunikasi. Ini melibatkan identifikasi dan pemahaman karakteristik audiens yang akan menerima pesan. Proses ini mencakup analisis demografis (usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan), psikografis (minat, nilai, sikap), serta konteks sosial dan budaya dari audiens. Dengan mengenal khalayak, komunikator dapat menyesuaikan pesan sesuai dengan kebutuhan, preferensi, dan harapan audiens, sehingga pesan lebih relevan dan efektif.

#### 2. Menyusun Pesan

Setelah mengenal khalayak, langkah berikutnya adalah menyusun pesan. Pesan harus disusun dengan jelas, ringkas, dan menarik, serta harus sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan audiens yang telah diidentifikasi. Pesan yang efektif biasanya memiliki struktur yang baik, dengan pengenalan yang menarik, isi yang informatif, dan penutup yang

menguatkan. Selain itu, pesan harus mengandung unsur-unsur persuasif yang dapat memotivasi audiens untuk bertindak atau mengubah sikap sesuai dengan tujuan komunikator.

### 3. Menetapkan Metode

Metode komunikasi adalah cara atau teknik yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Menetapkan metode yang tepat sangat penting untuk memastikan pesan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh audiens. Metode komunikasi bisa beragam, mulai dari komunikasi tatap muka, presentasi, diskusi kelompok, hingga metode digital seperti email, video, dan media sosial. Pemilihan metode harus mempertimbangkan preferensi audiens, kompleksitas pesan, dan konteks situasi komunikasi.

### 4. Seleksi dan Penggunaan Media

Seleksi dan penggunaan media merupakan langkah penting dalam proses pengenalan khalayak dan sasaran. Media adalah saluran atau platform yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Pemilihan media harus disesuaikan dengan karakteristik audiens dan tujuan komunikasi. Misalnya, untuk menjangkau audiens yang lebih muda, media sosial mungkin lebih efektif, sementara untuk audiens profesional, email atau presentasi mungkin lebih cocok. Selain itu, kombinasi berbagai media (media campuran) juga dapat digunakan untuk meningkatkan jangkauan dan efektivitas pesan.

## 5. Hambatan dalam Komunikasi

Hambatan komunikasi adalah faktor-faktor yang dapat mengganggu atau menghalangi proses komunikasi yang efektif. Hambatan ini bisa bersifat fisik, seperti gangguan suara atau sinyal yang buruk; psikologis, seperti perbedaan persepsi, emosi negatif, atau prasangka; serta linguistik, seperti perbedaan bahasa atau jargon yang tidak dipahami oleh audiens. Mengidentifikasi dan mengatasi hambatan komunikasi adalah langkah penting untuk memastikan pesan diterima dan dipahami dengan benar. Strategi untuk mengatasi hambatan ini termasuk menyederhanakan pesan, menggunakan bahasa yang jelas dan mudah dipahami, serta memastikan saluran komunikasi bebas dari gangguan.

Hakikat dari strategi komunikasi adalah kombinasi dari perencanaan yang matang dan pelaksanaan yang efektif. Tujuan utamanya adalah untuk menyampaikan pesan dengan cara yang dapat mempengaruhi dan mencapai audiens tertentu sesuai dengan yang diinginkan. Strategi komunikasi tidak hanya sekedar tentang pengiriman informasi secara pasif, tetapi juga tentang bagaimana pesan tersebut dipahami, diterima, dan direspon oleh audiens sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Perencanaan strategi komunikasi melibatkan pemilihan metode dan teknik komunikasi yang tepat, seperti penggunaan media yang sesuai, pemilihan kata-kata yang efektif, serta penyesuaian pesan dengan karakteristik audiens. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya sampai

kepada audiens, tetapi juga dipahami dengan baik dan menghasilkan respons yang diharapkan.

Selain perencanaan, pelaksanaan strategi komunikasi juga sangat penting. Ini mencakup proses pengiriman pesan dengan cara yang jelas, terstruktur, dan relevan dengan konteksnya. Selama pelaksanaan, komunikator perlu memonitor respons dari audiens dan dapat melakukan penyesuaian jika diperlukan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi. (Efendy, 2015 : 29)

## **2.3 Teori Komunikasi Interpersonal**

### **2.3.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal yakni proses komunikasi yang berlangsung secara langsung antara individu atau kelompok kecil, di mana interaksi dilakukan tanpa menggunakan media sebagai perantara, seperti tatap muka langsung. Dalam konteks ini, kedekatan fisik antara komunikator dan komunikan memungkinkan mereka untuk saling berhadapan secara langsung, sehingga masing-masing dapat mengamati ekspresi wajah, gerak tubuh, dan bahasa nonverbal lainnya secara langsung. Kehadiran fisik ini memfasilitasi pertukaran informasi dan emosi dengan lebih akurat dan intens. Komunikasi interpersonal juga memungkinkan pengalaman komunikasi yang lebih pribadi dan mendalam karena interaksi yang terjalin secara langsung memungkinkan terbentuknya hubungan yang lebih akrab dan empatik antara individu. Keberadaan "*face to face*" dalam komunikasi interpersonal juga mengurangi potensi terjadinya kesalahpahaman atau penafsiran yang salah, karena komunikator dan komunikan dapat secara langsung menanggapi dan mengklarifikasi pesan yang disampaikan. (Suranto, 2011: 71)

Indriyo Gitosudarmo dan Agus Mulyono (2001: 205) mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai komunikasi yang berlangsung secara tatap muka dan melibatkan interaksi langsung antara individu atau antar individu dalam kelompok kecil. Komunikasi ini bersifat dua arah, memungkinkan pertukaran informasi dan perasaan melalui saluran verbal dan nonverbal. Bentuk komunikasi ini bisa dilakukan secara lisan maupun tertulis, masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan yang harus dipertimbangkan berdasarkan situasi dan kondisi yang ada.

Komunikasi interpersonal tatap muka memungkinkan individu untuk mengamati ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan intonasi suara, yang semuanya memberikan konteks tambahan terhadap pesan yang disampaikan. Ini dapat meningkatkan pemahaman dan mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahpahaman. Interaksi dua arah dalam komunikasi ini juga memungkinkan adanya umpan balik langsung, yang membantu dalam menyesuaikan pesan untuk memastikan bahwa makna yang dimaksudkan benar-benar dipahami oleh penerima.

Komunikasi verbal dalam konteks ini mencakup percakapan lisan, yang menawarkan kecepatan dan keluwesan dalam bertukar informasi. Sementara itu, komunikasi nonverbal, seperti gestur dan ekspresi wajah, sering kali menyampaikan lebih banyak informasi emosional yang mungkin tidak diungkapkan secara eksplisit dalam kata-kata.

Komunikasi tertulis, meskipun tidak menawarkan kecepatan atau kedekatan emosional yang sama dengan komunikasi lisan, memiliki kelebihan dalam hal dokumentasi dan kejelasan. Pesan tertulis dapat ditinjau ulang, disimpan, dan

digunakan sebagai referensi di kemudian hari, yang sangat berguna dalam konteks bisnis atau situasi di mana akurasi dan rincian sangat penting.

Dalam setiap penerapan komunikasi interpersonal, penting untuk mempertimbangkan situasi dan kondisi yang ada untuk memilih metode yang paling efektif. Misalnya, komunikasi tatap muka mungkin lebih tepat dalam situasi yang memerlukan diskusi mendalam atau negosiasi, sementara komunikasi tertulis mungkin lebih sesuai untuk menyampaikan informasi yang kompleks atau teknis.

Dalam hal ini, Komunikasi lisan atau *oral communication*, ialah proses penyampaian pesan melalui bahasa lisan. Ini merupakan salah satu bentuk komunikasi yang paling umum digunakan dalam interaksi sehari-hari, baik dalam konteks personal maupun profesional. Komunikasi lisan memiliki beberapa keuntungan signifikan yang membuatnya sangat efektif dalam berbagai situasi.

Keuntungan terbesar dari komunikasi lisan adalah kecepatannya. Pesan dapat disampaikan dengan cepat dan langsung tanpa perlu menunggu proses pengiriman atau penerimaan yang lama, seperti dalam komunikasi tertulis. Hal ini memungkinkan komunikasi lisan untuk digunakan dalam situasi yang memerlukan respons cepat, seperti dalam rapat bisnis, percakapan telepon, atau diskusi tatap muka.

Keuntungan lain dari komunikasi lisan adalah umpan balik instan. Dalam komunikasi lisan, penerima pesan dapat segera memberikan respons atau klarifikasi jika ada yang tidak dipahami. Umpan balik langsung ini memungkinkan pengirim pesan untuk menyesuaikan atau memperjelas pesan mereka sesuai kebutuhan, sehingga mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahpahaman. Interaksi dua arah

ini juga membantu membangun pemahaman yang lebih baik antara komunikator dan komunikan.

Selain itu, komunikasi lisan memberi kesempatan kepada pengirim pesan untuk mengendalikan situasi. Dalam percakapan langsung, pengirim pesan dapat mengamati reaksi dan bahasa tubuh penerima pesan, dan menyesuaikan pesan mereka sesuai dengan konteks atau kebutuhan. Misalnya, dalam situasi negosiasi atau persuasif, pengirim pesan dapat menggunakan intonasi, gestur, dan ekspresi wajah untuk memperkuat pesan mereka dan mempengaruhi penerima pesan dengan lebih efektif.

Komunikasi lisan juga memiliki fleksibilitas dalam penyampaian pesan. Ini memungkinkan variasi dalam nada, kecepatan bicara, dan volume suara, yang dapat digunakan untuk menekankan poin tertentu atau mengungkapkan emosi. Misalnya, nada suara yang lebih lembut dapat menunjukkan empati, sementara nada yang lebih tegas dapat menunjukkan ketegasan atau urgensi.

Namun, penting untuk diingat bahwa meskipun komunikasi lisan memiliki banyak keuntungan, ia juga memiliki keterbatasan. Misalnya, pesan yang disampaikan secara lisan tidak selalu terdokumentasi, sehingga sulit untuk dijadikan referensi di kemudian hari. Oleh karena itu, dalam situasi tertentu, komunikasi tertulis mungkin lebih tepat untuk memastikan bahwa informasi penting tercatat dengan jelas.

Komunikasi interpersonal merupakan proses interaksi yang terjadi antara individu-individu, di mana penting untuk menjaga agar proses komunikasi tersebut berjalan lancar dan tujuan komunikasi tercapai tanpa menimbulkan ketegangan antarindividu. Untuk mencapai hal ini, diperlukan penerapan etika dalam

berkomunikasi. Etika komunikasi interpersonal memainkan peran penting dalam memastikan bahwa pesan yang disampaikan dipahami dengan baik dan menerima respons yang sesuai dari penerima pesan.

Salah satu cara paling sederhana untuk menerapkan etika dalam komunikasi interpersonal adalah dengan memperhatikan beberapa aspek penting oleh semua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi, termasuk oleh masyarakat secara umum. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam konteks ini meliputi:

1. Nilai dan Norma Budaya Setempat: Memahami dan menghormati nilai-nilai serta norma-norma budaya yang berlaku di lingkungan tempat komunikasi berlangsung. Hal ini mencakup penggunaan bahasa yang sesuai, sikap sopan, dan penyesuaian diri terhadap norma-norma sosial yang berlaku.
2. Aturan, Ketentuan, dan Tata Tertib yang Telah Disepakati: Mengikuti aturan dan tata tertib yang telah disepakati bersama dalam komunitas atau lingkungan tertentu. Ini mencakup menghormati waktu dan prosedur yang berlaku dalam interaksi komunikasi.
3. Adat Istiadat dan Kebiasaan yang Dilestarikan: Memahami dan menghormati adat istiadat serta kebiasaan yang dilestarikan oleh kelompok atau komunitas tertentu. Ini mencakup penghargaan terhadap tradisi-tradisi lokal dan kebiasaan yang berlaku dalam interaksi sehari-hari.
4. Etika Pergaulan yang Baik: Menunjukkan sikap dan perilaku yang sopan dalam berinteraksi dengan orang lain, termasuk dalam hal menggunakan kata-kata yang tidak menghina, menghargai privasi, dan menghindari konflik yang tidak perlu.

5. Norma Kesusilaan dan Moral: Memperhatikan nilai-nilai kesusilaan dan moral dalam berkomunikasi, seperti tidak menyebarkan informasi yang menyinggung atau tidak benar, serta menghindari perilaku yang dapat merugikan orang lain secara moral.
6. Norma Kesopanan dalam Setiap Tindakan: Menjaga sikap sopan dalam setiap tindakan dan interaksi, baik dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Ini mencakup cara berbicara, gestur tubuh, dan ekspresi wajah yang sesuai dengan norma-norma kesopanan yang berlaku.

Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, komunikasi interpersonal dapat berlangsung dengan lebih efektif dan membangun hubungan yang harmonis antarindividu atau dalam kelompok kecil. Etika komunikasi membantu mengurangi risiko terjadinya kesalahpahaman atau konflik, serta meningkatkan kualitas interaksi yang lebih positif dan bermakna bagi semua pihak yang terlibat.

### **2.3.2 Strategi Komunikasi Interpersonal Guru**

Menurut Asgarwijaya (2015), guru adalah tenaga profesional di bidang pendidikan yang tidak hanya harus memahami aspek filosofis dan konseptual tetapi juga perlu menguasai aspek teknis dalam interaksi belajar mengajar. Sering kali, kegagalan dalam proses pendidikan disebabkan oleh lemahnya sistem komunikasi yang digunakan. Oleh karena itu, pendidik perlu mengembangkan pola-pola komunikasi yang efektif dalam proses belajar mengajar.

Komunikasi pendidikan yakni hubungan dan interaksi antara pendidik dan peserta didik selama proses pembelajaran berlangsung. Dengan kata lain, ini adalah hubungan aktif antara pendidik dan peserta didik. Strategi komunikasi interpersonal

yang efektif sangat penting bagi guru untuk menciptakan lingkungan belajar yang kondusif dan mendukung.

Guru harus mampu menyampaikan materi dengan jelas, mendengarkan dan merespons pertanyaan atau masalah yang dihadapi siswa, serta membangun hubungan yang baik dengan peserta didik. Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif membantu menciptakan pemahaman yang lebih baik, meningkatkan motivasi belajar siswa, dan mengurangi kesalahpahaman yang dapat menghambat proses pembelajaran.

Dengan mengembangkan strategi komunikasi yang baik, guru dapat membantu siswa mencapai potensi maksimal mereka dan menciptakan pengalaman belajar yang lebih bermakna dan efektif. Hal ini mencakup penggunaan bahasa yang sesuai, penyampaian yang jelas, serta kemampuan untuk memahami dan menanggapi kebutuhan serta perasaan siswa. Selain itu, guru juga perlu terus belajar dan mengembangkan keterampilan komunikasi mereka agar selalu dapat menyesuaikan dengan dinamika dan kebutuhan siswa yang berbeda-beda.

Untuk mengembangkan interaksi dinamis antara guru dan siswa dalam konteks pendidikan, strategi komunikasi yang efektif sangat penting. Berikut adalah pembahasan mengenai tiga strategi komunikasi yang dapat digunakan, menurut penjelasan (Asgarwijaya, 2015) antara lain:

1. Komunikasi Sebagai Aksi atau Komunikasi Satu Arah

Komunikasi satu arah terjadi ketika guru menyampaikan informasi kepada siswa tanpa adanya respons aktif dari siswa. Guru dalam hal ini berperan sebagai penyampai informasi yang berfokus pada pengiriman pesan dengan jelas dan tepat. Meskipun komunikasi ini mungkin efektif dalam

menyampaikan materi pelajaran, namun kurang mendukung interaksi aktif antara guru dan siswa.

2. Komunikasi Sebagai Interaksi atau Komunikasi Dua Arah

Komunikasi dua arah melibatkan interaksi aktif antara guru dan siswa. Selain menyampaikan informasi, guru juga mendorong siswa untuk bertanya, berdiskusi, dan memberikan tanggapan terhadap materi yang disampaikan. Hal ini menciptakan lingkungan belajar yang lebih dinamis dan interaktif, di mana siswa tidak hanya menerima informasi tetapi juga terlibat secara aktif dalam proses belajar.

3. Komunikasi Banyak Arah atau Komunikasi Transaksi

Komunikasi transaksi melibatkan pertukaran informasi yang kompleks antara guru dan siswa serta antar siswa sendiri. Dalam komunikasi ini, tidak hanya terjadi interaksi dua arah antara guru dan siswa, tetapi juga antara siswa satu sama lain. Guru berperan sebagai fasilitator yang mempromosikan diskusi, kolaborasi, dan pertukaran ide di antara siswa. Pendekatan ini sangat mendukung pembelajaran aktif dan konstruktif di mana siswa tidak hanya mendengarkan tetapi juga menginternalisasi dan menerapkan pengetahuan yang mereka dapatkan.

Dengan menggunakan strategi-strategi komunikasi ini, guru dapat menciptakan lingkungan belajar yang memungkinkan untuk pertumbuhan intelektual dan sosial siswa. Interaksi yang dinamis antara guru dan siswa tidak hanya meningkatkan pemahaman materi tetapi juga mengembangkan keterampilan komunikasi, kolaborasi, dan pemecahan masalah yang penting bagi perkembangan mereka sebagai individu yang berpikiran kritis dan mandiri.

## 2.4 Teori *Computer Mediated Communication* (CMC)

Adanya internet sebagai media baru yang kuat dengan fungsi utama untuk mengakses informasi yang lebih cepat dan mudah merubah model komunikasi yang “satu untuk banyak” menjadi “banyak untuk satu” dan “banyak untuk banyak” dengan memusatkan prasarana komputer. Sebuah bentuk komunikasi dapat dimasukkan ke dalam kategori CMC adalah ketika dua atau beberapa orang didalamnya hanya dapat saling berkomunikasi atau bertukar informasi melalui komputer yang termasuk ke dalam teknologi komunikasi baru. Mengirim dan menerima email (surat-elektronik), menggunakan telepon genggam model smartphone, atau bahkan mengunduh atau mengunggah lagu, gambar, ataupun video juga bisa dikategorikan sebagai CMC. CMC (*Computer-Mediated Communication*) merupakan bentuk komunikasi yang sangat berbeda dengan bentuk komunikasi yang lain seperti komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, organisasi dan komunikasi massa.

Seperti yang dikatakan Andrew F. Wood dan Matthew J. Smith (2005: 4) bahwa CMC merupakan sebuah integrasi teknologi komputer dengan kehidupan sehari-hari. Jika hendak membedakandengan bentuk komunikasi massa yang asumsinya sama-sama menggunakan media, CMC digunakan utamanya untuk interaksi sosial. Dibandingkan dengan komunikasi *face to face*, komunikasi menggunakan media akan memiliki kelemahannya masing-masing. Seperti dalam CMC, komunikasi kinetik sangat terbatas. Bahasa dan tanda yang datang melalui sebuah layar akan berbeda dibandingkan dengan bahasa dan tanda yang secara langsung kita simak.

Interaksi melalui CMC meminimalisasikan bahkan menghilangkan konteks yang bersifat “*frame*”, yang dapat menggambarkan bagaimana sosok atau penampilan, perilaku yang dapat mengontekstualisasikan produksi budaya dari remaja yang sedang berinteraksi.” (Budiargo, 2015:126). Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa komunikasi yang terjalin melalui komputer ini memudahkan berbagai *stereotype* yang biasanya mempengaruhi interaksi tersebut. Berbeda ketika melakukan komunikasi langsung, seseorang dituntut untuk dapat menerima latar belakang apapun yang menjadi identitas bagi komunikannya. Adanya komputer sebagai media komunikasi merupakan alat untuk mempermudah proses pertukaran pesan secara cepat. “CMC adalah suatu proses komunikasi atau pertukaran informasi yang dilakukan melalui medium, dalam hal ini komputer. Dalam prakteknya, CMC biasanya dikaitkan dengan komunikasi manusia pada, melalui, atau menggunakan internet dan *web*.” (Tomic dalam Astuti, 2011: 217-218). Terdapat empat aspek yang merupakan ciri utama dari *computer mediated communication* (Dijk, 1999: 228), yaitu:

- a. Partner komunikasi tidak harus berada di satu tempat yang sama.
- b. Tidak harus berkomunikasi dalam waktu yang bersamaan.
- c. Komputer atau media dapat menjadi pengganti manusia sebagai partner komunikasi, baik hanya sebagian atau keseluruhan.
- d. Proses mental selama berkomunikasi dapat tergantikan oleh alat proses informasi.

Kevin B Wright dan Lynne M. Webb (2011:122) menyebutkan tujuh karakter CMC, yaitu:

1. Sinkronitas, merujuk pada tingkat dimana pertukaran pesan bersifat segera.

2. Anonimitas, merepresentasikan level personal, mengindividukan informasi yang disampaikan oleh sebuah media.
3. Kustomisasi, adalah tingkat dimana lingkungan termediasi memodifikasi dirinya sendiri berdasarkan keinginan pengguna.
4. Interaktivitas, mengacu pada komunikasi dua arah.
5. Kehadiran sosial, mengacu pada tingkat kehadiran sosial di dunia maya yang sama seperti di dunia nyata.
6. Banyaknya pengguna
7. Homogenitas pengguna. Hal ini merujuk pada karakter pengguna yang cenderung memiliki kesamaan

Sedangkan Roger (2016: 21) menyebutkan beberapa karakteristik lain dari CMC yang bisa dilihat, yaitu:

1. Pesan yang diproduksi secara massal disalurkan secara massal pula. Khalayak yang berperan sebagai konsumen juga bisa berperan aktif sebagai produsen pesan.
2. CMC memungkinkan pihak yang memproduksi pesan mendapat pengetahuan tentang penerima pesannya.
3. CMC menandai proses yang masif atau menyeluruh, artinya pesan yang dikirim antara individu yang berada dalam khalayak besar. Pola ini menunjukkan adanya perbedaan CMC dengan media massa. Pada proses ini, menunjukkan jika sistem kontrol komunikasi massa berpindah dari yang memproduksi pesan ke konsumen media.

4. Interaktivitas adalah kualitas penting dalam sistem komunikasi dimana perilaku komunikasi diharapkan dapat lebih akurat, efektif dan memuaskan karena partisipan dapat secara aktif terlibat dalam proses komunikasi.
5. *Feedback* atau umpan balik dalam CMC terbatas karena tidak ada tanda komunikasi nonverbal seperti pada komunikasi tatap muka. *Feedback* dapat disampaikan dengan cepat atau lambat tergantung pada media CMC yang digunakan.
6. Media CMC menyediakan tanda-tanda komunikasi nonverbal yang erat dengan komunikasi tulisan, seperti bentuk, ukuran dan warna huruf.
7. CMC bersifat *asynchronous*, yaitu memiliki kemampuan untuk mengirim dan menerima pesan pada waktu yang berbeda. Partisipan tidak perlu berada pada waktu yang sama.
8. Pengguna CMC memiliki kedudukan yang setara karena mempunyai kemampuan untuk memproduksi dan mengonsumsi pesan sehingga kontrol terhadap alur komunikasi menjadi searah.
9. Rendahnya privasi pengguna CMC.

Kehadiran Internet dan program-program yang digunakan untuk berkomunikasi memungkinkan perkembangan CMC menjadi berbagai bentuk. Kondisi ini membuat komunikasi pun terus mengalami perkembangan. Salah satu cara individu berhubungan adalah melalui media sosial yang menjadi alat komunikasi. Dalam konteks ini, semua media sosial yang dipakai untuk berkomunikasi dapat didefinisikan sebagai alat CMC yaitu Instagram dan LINE. CMC memungkinkan adanya kehidupan lain karena alat CMC merupakan alat komunikasi asinkron yang bisa mengirim

pesan *one-to-one* dan *one-to-many* serta dalam waktu yang tidak bersamaan. Kehidupan lain yang mungkin dihadirkan oleh CMC adalah kehidupan virtual yang menjadi salah satu bentuk CMC. Beberapa bentuk CMC antara lain adalah *public discussion board*, *chat rooms*, *instant messaging*, dan *virtual world* (Wright & Webb, 2011: 126-129).

CMC menyediakan sebuah komunitas virtual. Istilah ini digunakan untuk menggambarkan level komitmen dan keterhubungan yang terjadi pada penggunaannya. CMC adalah bentuk agresi sosial yang muncul ketika banyak orang mencoba membawa diskusi publik untuk membentuk hubungan personal dalam dunia virtual (Hine, 2000: 16)

## **2.5 Strategi Komunikasi Dalam Proses Pembelajaran**

Strategi komunikasi dalam proses pembelajaran menyoroti peran komunikasi dalam konteks pendidikan, di mana interaksi antara guru dan murid menjadi krusial. Menurut Effendy (2011), pendidikan membedakan diri dari komunikasi umum dengan tujuan khususnya, yaitu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta didik terhadap suatu materi sehingga mereka dapat menguasainya. Proses ini memanfaatkan berbagai istilah seperti penerangan, propaganda, indoktrinasi, agitasi, dan pendidikan, yang mencerminkan beragam tujuan dan efek yang diharapkan dari komunikasi dalam konteks pendidikan.

Pendidikan tidak hanya tentang mentransfer informasi, tetapi juga melibatkan interaksi aktif antara guru dan murid. Baik dalam pembelajaran tatap muka maupun daring (E-Learning), komunikasi berperan penting dalam memfasilitasi pemahaman dan penguasaan materi. Meskipun interaksi dalam kelas

seringkali termasuk dalam komunikasi kelompok, guru memiliki fleksibilitas untuk beralih ke komunikasi interpersonal ketika diperlukan, memungkinkan mereka untuk berinteraksi secara lebih mendalam dan personal dengan siswa. Dengan demikian, strategi komunikasi dalam pendidikan tidak hanya mempertimbangkan metode penyampaian informasi, tetapi juga mencakup cara-cara untuk memfasilitasi interaksi yang efektif dan berarti antara guru dan murid demi mencapai tujuan pembelajaran yang diinginkan.

Dalam proses pembelajaran, baik di kelas maupun melalui E-Learning, bentuk komunikasi yang diharapkan adalah komunikasi dua arah (*two-way flow of communication*). Komunikasi dua arah ini memungkinkan guru dan murid untuk saling bertukar peran sebagai komunikator dan komunikan. Artinya, tidak hanya guru yang menyampaikan informasi, tetapi murid juga aktif berpartisipasi dengan menyampaikan pendapat, mengajukan pertanyaan, dan terlibat dalam diskusi

Untuk mewujudkan komunikasi dua arah yang efektif, guru perlu bersikap responsif. Guru harus dapat menanggapi setiap pendapat dan pertanyaan murid dengan baik, baik itu diminta maupun tidak diminta. Namun, lebih dari itu, guru juga harus memberikan ruang yang luas bagi murid untuk berdialog dan berdiskusi secara kreatif, inovatif, dan dinamis. Hal ini penting untuk menciptakan lingkungan belajar yang interaktif dan memberdayakan murid untuk menjadi lebih aktif dalam proses pembelajaran.

Untuk membahas strategi komunikasi dalam proses pembelajaran agar berlangsung efektif, perlu dipertimbangkan beberapa aspek penting yang termasuk dalam pembahasan ini. Pertama, strategi komunikasi yang matang mencakup perencanaan yang detail tentang bagaimana guru dapat mengajak murid untuk

berpartisipasi aktif dalam pembelajaran. Ini melibatkan pemilihan metode pengajaran yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan siswa, sehingga mereka terlibat secara langsung dalam proses belajar. Kedua, teknik untuk merangsang diskusi juga menjadi bagian penting dari strategi ini. Guru perlu menggunakan pendekatan yang mampu membangkitkan minat siswa untuk berdiskusi, bertukar pendapat, dan berkolaborasi dengan sesama dalam memahami materi pelajaran. Hal ini tidak hanya meningkatkan interaksi antara guru dan siswa, tetapi juga memperluas wawasan dan pemahaman siswa melalui perspektif-perspektif yang berbeda.

Selain itu, strategi komunikasi yang matang juga mencakup cara mengelola kelas atau platform E-Learning dengan efektif. Guru perlu memastikan bahwa lingkungan pembelajaran online tetap kondusif dan mendukung interaksi yang positif antara semua peserta didik. Pengelolaan ini meliputi pemantauan aktif terhadap partisipasi siswa, menyediakan umpan balik yang konstruktif, serta mengelola waktu pembelajaran secara efisien.

Dengan menerapkan strategi komunikasi yang tepat, proses pembelajaran dapat menjadi lebih bermakna dan efektif. Guru dapat membantu siswa memahami materi pelajaran dengan lebih baik, membangun keterampilan berpikir kritis, dan meningkatkan kemampuan komunikasi mereka. Ini tidak hanya memperkuat proses belajar mengajar, tetapi juga membantu dalam pengembangan kompetensi siswa yang lebih luas untuk menghadapi tantangan masa depan..

## **2.6 Pembelajaran Daring (*E-Learning*)**

Pembelajaran daring, atau yang lebih dikenal dengan sebutan E-Learning, merupakan metode belajar yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media

utama. Kata "daring" berasal dari dua kata yaitu "dalam" dan "jaringan," yang menggambarkan proses pembelajaran yang berlangsung dalam jaringan internet. Menurut Isman (2016), pembelajaran daring adalah suatu proses pembelajaran yang dilakukan melalui media jaringan internet.

Dalam konteks pendidikan formal, E-Learning adalah metode di mana peserta didik dan instruktur (guru) berada di lokasi yang berbeda dan terhubung melalui sistem telekomunikasi interaktif. Hal ini memungkinkan proses pembelajaran tetap berlangsung meskipun antara murid dan guru tidak berada di tempat yang sama. Pembelajaran daring tidak hanya memerlukan koneksi internet yang stabil tetapi juga berbagai sumber daya teknologi yang mendukung proses pembelajaran interaktif, seperti platform E-Learning, perangkat lunak konferensi video, dan bahan ajar digital.

Sobron dkk (2019) mengungkapkan bahwa E-Learning memungkinkan pelaksanaan pendidikan formal yang efektif meskipun ada pemisahan fisik antara siswa dan guru. Sistem telekomunikasi yang interaktif menjadi kunci utama dalam memastikan bahwa komunikasi dan pembelajaran dapat berlangsung secara efisien. Selain itu, sumber daya pendukung seperti materi digital, forum diskusi online, dan alat evaluasi berbasis teknologi juga memainkan peran penting dalam keberhasilan pembelajaran daring.

E-Learning memberikan fleksibilitas waktu dan tempat bagi peserta didik untuk mengakses materi pembelajaran sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini juga membuka peluang bagi peserta didik untuk belajar secara mandiri dan bertanggung jawab atas kemajuan belajar mereka sendiri. Dengan demikian, pembelajaran daring tidak hanya menjadi solusi alternatif di tengah keterbatasan

fisik, tetapi juga menjadi inovasi dalam dunia pendidikan yang terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi.

E-Learning, sebagai salah satu model pembelajaran yang didukung oleh teknologi informasi dan komunikasi, memiliki beberapa ciri khas yang membuatnya unik dan efektif dalam mencapai tujuan pembelajaran. Menurut Clark (2008), ciri-ciri khas tersebut meliputi:

a. Materi Pembahasan Relevan

Materi dalam E-Learning disusun sedemikian rupa agar relevan dengan tujuan pembelajaran. Materi yang disajikan harus sesuai dengan kurikulum dan kebutuhan belajar peserta didik, memastikan bahwa setiap sesi pembelajaran mendukung pencapaian kompetensi yang diharapkan.

b. Metode Instruksional

E-Learning menggunakan berbagai metode instruksional yang mencakup penyajian contoh dan penjelasan materi yang dirancang untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran. Metode ini membantu mempermudah pemahaman peserta didik melalui pendekatan yang sistematis dan terstruktur.

c. Penggunaan Elemen Media

E-Learning memanfaatkan elemen-elemen media seperti gambar, kata-kata, video, dan animasi untuk menyampaikan materi pembelajaran. Penggunaan media ini bertujuan untuk membuat materi lebih menarik dan mudah dipahami, serta meningkatkan retensi informasi oleh peserta didik.

d. Pembelajaran Berbasis Pengajar atau Mandiri

E-Learning dapat dilakukan secara langsung dengan pengajar (synchronous E-Learning) atau dirancang untuk pembelajaran mandiri (asynchronous E-Learning). Synchronous E-Learning memungkinkan interaksi real-time antara pengajar dan peserta didik, sedangkan asynchronous E-Learning memungkinkan peserta didik belajar sesuai dengan jadwal mereka sendiri.

e. Pembangunan Pemahaman dan Keterampilan

E-Learning dirancang untuk membangun pemahaman dan keterampilan yang berkaitan dengan tujuan pembelajaran, baik secara individu maupun kelompok. Proses pembelajaran dalam E-Learning mendukung pengembangan kompetensi yang diperlukan melalui pendekatan yang fleksibel dan adaptif.

*E-Learning* dapat di artikan sebagai penerapan teknologi informasi dalam bidang pendidikan dalam bentuk dunia maya. Menurut Munir (2009), *E-Learning* dengan cepat menunjukkan upaya untuk mengubah proses pembelajaran di sekolah atau perguruan tinggi ke dalam bentuk digital yang memanfaatkan teknologi internet. *E-Learning* bertujuan menjembatani kebutuhan pembelajaran modern dengan kemampuan akses yang fleksibel dan interaktif.

Pada dasarnya, media pembelajaran *E-Learning* adalah gambaran mengenai berbagai aktivitas dan tindakan yang dilakukan selama proses pembelajaran. Perencanaan pembelajaran berbasis *E-Learning* mencakup pemikiran dan gambaran umum tentang kegiatan yang memanfaatkan jaringan komputer dan internet. Empat komponen utama yang tercakup dalam ruang lingkup pembelajaran media ini adalah tujuan, materi pembahasan, kegiatan belajar mengajar, dan evaluasi.

Pembelajaran yang efektif adalah pembelajaran yang mampu memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk memaksimalkan proses pembelajaran. Salah satu manfaat utama dari teknologi informasi dan komunikasi dalam pembelajaran adalah melalui pemanfaatan *E-Learning*. *E-Learning* menggunakan teknologi internet untuk memperluas ruang lingkup belajar dengan menyediakan solusi yang dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan.

Penerapan teknologi dalam pembelajaran E-Learning diyakini mampu meningkatkan hasil belajar peserta didik. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses pembelajaran tidak hanya memungkinkan akses terhadap materi yang lebih luas dan bervariasi, tetapi juga mendukung berbagai metode pengajaran yang lebih interaktif dan menarik. Namun, keberhasilan E-Learning sangat bergantung pada peran pengajar sebagai fasilitator. Pengajar harus mampu memberikan kemudahan dan mendukung proses pembelajaran, bukan hanya sebagai penyampai informasi secara satu arah.

Sebagai fasilitator, pengajar perlu menyediakan bimbingan dan bantuan yang diperlukan oleh siswa, membantu mereka mengatasi kesulitan dalam memahami materi, dan mendorong partisipasi aktif dalam pembelajaran. Pengajar harus mampu memanfaatkan berbagai alat dan platform teknologi untuk menciptakan lingkungan belajar yang kondusif dan efektif. Ini termasuk penggunaan forum diskusi online, video konferensi, dan berbagai aplikasi pembelajaran lainnya yang memungkinkan interaksi dan kolaborasi antara siswa dan pengajar.

Proses pembelajaran yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi juga harus dirancang sedemikian rupa agar sesuai dengan kebutuhan

dan karakteristik siswa. Pengajar perlu memastikan bahwa materi yang disampaikan relevan, menarik, dan dapat diakses dengan mudah. Selain itu, penting bagi pengajar untuk terus memantau perkembangan siswa, memberikan umpan balik yang konstruktif, dan mendorong siswa untuk belajar secara mandiri.

Secara keseluruhan, *E-Learning* menjadi salah satu bentuk transformasi penting dalam pendidikan modern, menjawab tantangan era digital dengan memberikan akses pembelajaran yang lebih luas, interaktif, dan sesuai dengan perkembangan teknologi.

### **2.7 Kelebihan dan kekurangan Pembelajaran Berbasis Internet (*E-Learning*)**

Pembelajaran berbasis internet atau *E-Learning* menawarkan sejumlah kelebihan yang signifikan bagi proses pendidikan. Berikut adalah pembahasan mengenai kelebihan *E-Learning* berdasarkan poin-poin yang disajikan:

1. **Kemudahan Komunikasi:** *E-Learning* memanfaatkan e-moderating yang memungkinkan pengajar dan siswa berkomunikasi secara langsung melalui jaringan internet. Komunikasi ini dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja, tanpa adanya batasan jarak, tempat, dan waktu. Hal ini memfasilitasi interaksi yang fleksibel antara pengajar dan siswa, serta memungkinkan respons yang cepat terhadap pertanyaan atau permasalahan yang muncul selama proses belajar.
2. **Materi Terstruktur:** Guru dapat menyusun dan menyajikan materi ajar secara terstruktur dan terjadwal melalui platform *E-Learning*. Dengan adanya pengaturan jadwal dan kurikulum yang tersedia secara online,

proses belajar dapat lebih terorganisir dan sesuai dengan rencana pembelajaran yang telah ditetapkan.

3. Akses Materi yang Fleksibel: Salah satu keunggulan utama E-Learning adalah kemampuan murid untuk mengakses materi pelajaran kapan saja dan di mana saja. Materi pembelajaran yang disimpan dalam format digital memungkinkan siswa untuk belajar mandiri dan mengulang materi secara berkala sesuai dengan kebutuhan mereka.
4. Sumber Informasi Tambahan: Melalui internet, murid dapat dengan mudah mengakses sumber informasi tambahan yang relevan dengan materi yang sedang dipelajari. Ini memperkaya pemahaman mereka dan membantu dalam mengeksplorasi topik lebih dalam sesuai dengan minat atau kebutuhan spesifik.
5. Diskusi yang Luas: Platform E-Learning memfasilitasi diskusi antara pengajar dan murid serta antar sesama murid dengan jumlah peserta yang banyak. Diskusi ini tidak terbatas oleh kelas fisik dan waktu tertentu, sehingga meningkatkan ruang partisipasi dan kolaborasi dalam pembelajaran.
6. Aktivitas Murid Meningkat: Model E-Learning mendorong peran aktif siswa dalam proses belajar. Dengan berbagai interaksi online, siswa memiliki kesempatan untuk lebih banyak berkontribusi dalam diskusi, proyek kelompok, atau aktivitas interaktif lainnya, yang membangun keterampilan berpikir kritis dan kreatif mereka.
7. Efisiensi: Pembelajaran berbasis internet relatif lebih efisien dalam hal pengelolaan waktu dan biaya. Tanpa kebutuhan untuk perjalanan atau

fasilitas fisik yang kompleks, E-Learning dapat mengurangi biaya operasional dan administratif yang terkait dengan pendidikan tradisional.

Pembelajaran berbasis internet atau E-Learning menawarkan banyak keuntungan, namun juga memiliki beberapa kekurangan yang perlu dipertimbangkan:

1. **Kurangnya Interaksi Personal:** Salah satu kekurangan utama E-Learning adalah kurangnya interaksi langsung antara guru dan murid, serta antar murid. Interaksi ini penting untuk membangun hubungan yang erat, memperjelas konsep yang sulit, dan memfasilitasi diskusi yang mendalam. Tanpa interaksi langsung, proses pembelajaran bisa menjadi kurang dinamis dan memperlambat perkembangan nilai-nilai sosial dan keterampilan interpersonal.
2. **Pendekatan Pelatihan:** E-Learning cenderung mengarah pada pendekatan pelatihan yang lebih fokus pada transfer pengetahuan dan keterampilan praktis daripada pendidikan holistik. Pendekatan ini mungkin tidak selalu mampu mencakup aspek-aspek kompleks dari pendidikan yang meliputi pengembangan karakter, nilai-nilai, dan pemahaman yang mendalam atas konteks sosial-budaya.
3. **Aspek Akademik dan Sosial Terabaikan:** Terdapat kecenderungan dalam E-Learning untuk mengabaikan aspek akademik atau sosial, sering kali lebih menekankan pada aspek bisnis atau komersial. Fokus ini dapat mengurangi keberagaman dalam pengalaman pembelajaran dan mengurangi pemahaman yang luas atas tantangan sosial-budaya yang dihadapi oleh siswa.

4. **Perubahan Peran Guru:** Guru yang sebelumnya terampil dalam mengajar secara konvensional sekarang dituntut untuk menguasai teknik pembelajaran menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (ICT). Transisi ini membutuhkan pelatihan tambahan dan adaptasi dalam cara mengelola kelas, menyampaikan materi, dan memfasilitasi interaksi dalam lingkungan virtual.
5. **Motivasi Belajar Murid:** E-Learning memerlukan tingkat motivasi belajar yang tinggi dari siswa karena proses belajar seringkali dilakukan secara mandiri. Murid yang kurang termotivasi atau tidak terbiasa dengan belajar mandiri dapat mengalami kesulitan dalam mempertahankan konsistensi dan produktivitas dalam lingkungan E-Learning.
6. **Keterbatasan Infrastruktur:** Tidak semua daerah memiliki akses internet yang memadai atau infrastruktur pendukung seperti listrik, telepon, atau komputer. Keterbatasan ini bisa menjadi hambatan utama dalam memastikan aksesibilitas dan kesetaraan dalam pendidikan berbasis internet.
7. **Keterampilan Teknologi:** Masih terdapat kekurangan dalam pengetahuan dan keterampilan mengenai teknologi internet serta penguasaan bahasa komputer di kalangan siswa maupun guru. Hal ini dapat mempengaruhi efektivitas penggunaan platform E-Learning dan memerlukan upaya tambahan untuk meningkatkan literasi digital di kalangan peserta didik dan pendidik.

Secara keseluruhan, E-Learning menawarkan berbagai kelebihan seperti fleksibilitas, efisiensi, dan akses luas terhadap informasi. Namun, tantangan seperti

keterbatasan interaksi personal, kebutuhan infrastruktur yang memadai, dan keterampilan teknologi juga harus diatasi untuk memastikan proses pembelajaran berjalan efektif.

## 2.8 Penelitian Terdahulu

*Tabel 1 Penelitian Terdahulu*

No.	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Ika Wahyu Pratiwi (2020), Strategi Komunikasi Interpersonal Guru dalam Pelaksanaan Pembelajaran Jarak Jauh di Sekolah Dasar, Klaten, Jawa Tengah.	Komunikasi sebagai interaksi dua arah dilakukan melalui video call dan percakapan pribadi dengan siswa, sementara komunikasi yang lebih banyak arah atau transaksi dilakukan melalui pembentukan grup antara guru dan siswa di platform media sosial seperti WhatsApp, pengaturan sesi kelas berbagi, serta pembentukan grup antara	Penelitian ini menganalisis bahwa terdapat tiga strategi komunikasi interpersonal yang digunakan oleh subyek. Sementara penulis meneliti Strategi komunikasi guru dalam pembelajaran <i>daring</i> yang nantinya hasil dari penelitian ini bisa berjalan dengan baik, dan efektif. maka,

		guru, siswa, dan orang tua siswa.	penelitian ini akan mendapatkan model-model yang bisa diikuti oleh guru.
2.	Firman, Sari Rahayu Rahman (2020) Pembelajaran Online di Tengah Pandemi Covid-19.	Pentingnya peran media sosial dengan fasilitas dasarnya yang diperlukan untuk mengikuti pembelajaran daring sangatlah penting. Namun, hal ini juga memerlukan perhatian terhadap aspek seperti ketersediaan layanan internet dan biaya tambahan yang mungkin diperlukan oleh mahasiswa. Pendekatan pembelajaran ini juga dapat merangsang kemunculan kemandirian belajar dan mendorong mahasiswa untuk lebih	Subyek penelitiannya adalah Mahasiswa , yang mana menunjukkan bahwa perspsi terhadap pembelajaran <i>daring</i> yang sebagai besar mengarah pada hal-hal positif. Penelitian ini menggunakan subyek Guru SMA Hang Tuah 5 Sidoarjo. Yang nanti peneliti akan meneliti bagaimana Strategi Komunikasi guru dalam pembelajaran daring selama masa pandemi covid-19 di SMA HangTuah 5 Sidoarjo.

		aktif dalam proses perkuliahan.	
--	--	---------------------------------	--

## 2.9 Teori *Stimulus Response* (S- R)

Teori S-R, menurut Mulyana (2014:143), merupakan salah satu model komunikasi paling dasar yang dipengaruhi oleh psikologi behavioristik. Teori ini menekankan hubungan antara stimulus (rangkaiannya peristiwa atau situasi yang memicu respon) dan respons (reaksi atau tanggapan terhadap stimulus tersebut). Dalam konteks komunikasi, teori ini menggambarkan bahwa komunikasi terjadi sebagai hasil dari stimulus yang diberikan oleh komunikator kepada komunikan, yang kemudian direspons oleh komunikan sesuai dengan interpretasi dan pemahamannya terhadap stimulus tersebut. Dengan kata lain, teori S-R mengarahkan perhatian pada proses komunikasi sebagai suatu respons yang dipicu oleh stimulus tertentu, tanpa memperhatikan faktor internal atau proses mental yang kompleks yang mungkin terlibat dalam interpretasi dan respon terhadap pesan..

Gambar 2. 1 Teori Stimulus Respon

Stimulus  $\longleftrightarrow$  Response

Sumber: Mulyana (2014:143)

Teori stimulus-respons (S-R) merupakan salah satu model komunikasi yang paling dasar, dipengaruhi oleh aliran behavioristik dalam psikologi. Model ini, seperti yang dijelaskan oleh Mulyana (2013), mengilustrasikan

bagaimana interaksi antara stimulus dan respon. Stimulus dapat berupa isyarat non-verbal, kata-kata verbal baik lisan maupun tulisan, gambar, atau tindakan tertentu yang merangsang individu untuk memberikan respon tertentu. Dalam konteks komunikasi, teori ini menganggap proses pertukaran informasi sebagai proses yang timbal balik, di mana respon dari penerima pesan dapat mempengaruhi tindakan selanjutnya dari individu yang terlibat.

Prinsip dasar teori S-R adalah bahwa efek atau respon merupakan reaksi yang timbul terhadap stimulus tertentu. Hal ini menyiratkan adanya hubungan erat antara pesan yang disampaikan oleh media dengan respon yang dihasilkan oleh audiensnya. Elemen-elemen utama dalam teori ini, seperti diuraikan oleh Rohim (2016:185), meliputi pesan sebagai stimulus, penerima sebagai receiver, dan efek sebagai respons dari penerima.

Teori S-R mengimplikasikan bahwa media massa bertindak sebagai pengirim stimulus, sedangkan khalayak sebagai penerima yang merespons stimulus tersebut. Dengan kata lain, teori ini menjelaskan bahwa pesan yang disampaikan media massa dapat memicu respon yang berbeda-beda dari audiensnya. Respon yang timbul merupakan hasil dari interaksi antara stimulus media dengan interpretasi individu atas pesan tersebut.

Secara keseluruhan, teori stimulus-respons menggambarkan proses komunikasi yang sederhana dan langsung antara media sebagai pengirim pesan (stimulus) dan khalayak sebagai penerima yang menanggapi dengan respon. Teori ini menekankan pentingnya pemahaman efek atau respon yang diharapkan dari pesan yang disampaikan, sehingga memungkinkan perencanaan komunikasi yang lebih efektif dalam konteks media massa..