

ABSTRAK

Nama : Indira Fatra Deni. P.
Tempat/Tanggal Lahir : Sei Buaya/24 Juni 1986
Alamat : Jln. Belat, No 142 Pancing. Medan.

NIM : 211052424
Prodi : Komunikasi Islam
Judul :Efektivitas Penggunaan Alat Komunikasi Handphone
Dalam Komunikasi Antarpribadi di Kalangan
Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN-SU Medan.

Pembimbing I : Prof. Dr. Nawir Yuslem, M.A
Pembimbing II : Dr. Sahrul, M. Ag

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menggambarkan hasil penelitian dalam bentuk deskripsi kata-kata tertulis yang merupakan hasil dari wawancara dan observasi.

Pada penelitian ini sumber data diperoleh dari dua sumber yaitu sumber data primer dan sumber data skunder. Sumber primer merupakan sumber data pokok yang dapat diperoleh langsung dari objek penelitian. Sementara sumber data skunder adalah sumber data pendukung yang terkait dengan masalah penelitian. Sumber data pada penelitian ini merupakan mahasiswa aktif tahun akademik 2011-2012 Fakultas Dakwah IAIN SU Medan, terdiri dari lima orang mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), lima orang mahasiswa jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI), lima orang mahasiswa jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) dan lima orang mahasiswa jurusan Manajemen Dakwah (MD) kemudian sumber data skunder merupakan dosen dan pegawai Fakultas Dakwah IAIN SU Medan.

Teknis pengumpulan data penelitian ini adalah dilakukan wawancara dan observasi dengan teknik analisis data secara reduksi data dan penyajian data. Sedangkan teknik keabsahan data penelitian ini dilakukan triangulasi dengan sumber data.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Efektivitas Penggunaan Alat Komunikasi Handphone Dalam Komunikasi Antarpribadi di Kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan dan efek yang ditimbulkan atas penggunaan handphone. Melihat seberapa besar dampak yang ditimbulkan *handphone* terhadap mahasiswa yang menggunakan *handphone*. Melihat dampak positif dan negatif di kalangan mahasiswa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa kejanggalan mahasiswa dalam menggunakan *handphone* yang tidak selayaknya digunakan. Pada sisi penggunaan mahasiswa menggunakan *handphone* tanpa Standar Operasional Prosudur sebagai rujukan awal dalam proses penggunaan. Akhirnya dampak-dampak negatif yang diakibatkan oleh *handphone* tersebut tidak akan di ketahui seluruhnya. Baik akibat buruk secara material maupun moral.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
ABSTRAKSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
TRANSLITERASI.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	vi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Batasan Istilah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Kegunaan Penelitian	11
F. Garis-garis Besar Isi Tesis.....	11

BAB II : LANDASAN TEORI..... 13

A. Seputar Tentang Handphone	13
B. Defenisi Komunikasi	22
C. Karakteristik Komunikasi Perspektif Islam	37
D. Prinsip Komunikasi Menurut Islam	38
E. Komunikasi Antarpribadi.....	45
F. Tujuan Komunikasi Antarpribadi	54
G. Proses Komunikasi Antarpribadi	56
H. Teori Komunikasi Antarpribadi	60
a. Teori Kebutuhan Hubungan Interpersonal.....	61
b. Teori Self-Disclosure	62
c. Penetrasi Sosial	64

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	66
A. Lokasi Penelitian	66
B. Informan Penelitian	66
C. Pendekatan Penelitian.....	66
D. Sumber Data	68
E. Teknik Pengumpulan Data	69
1. Wawancara	69
2. Observasi	70
F. Teknik Analisis Data	71
1. Reduksi Data.....	71
2. Penyajian Data.....	71
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	72
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	75
A. Sekilas tentang mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan	75
1. Pengabdian Masyarakat	78
2. Kuliah Kerja Nyata	81
B. Efektivitas penggunaan alat komunikasi Handphone dikalangan mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan.....	84
C. Efek penggunaan Handphone dikalangan mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan	103
D. Handphone sebagai saluran komunikasi antarpribadi	111
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	120
A. Kesimpulan	120
B. Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	vii

LAMPIRAN DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA.....	viii
SURAT RESEARCH.....	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

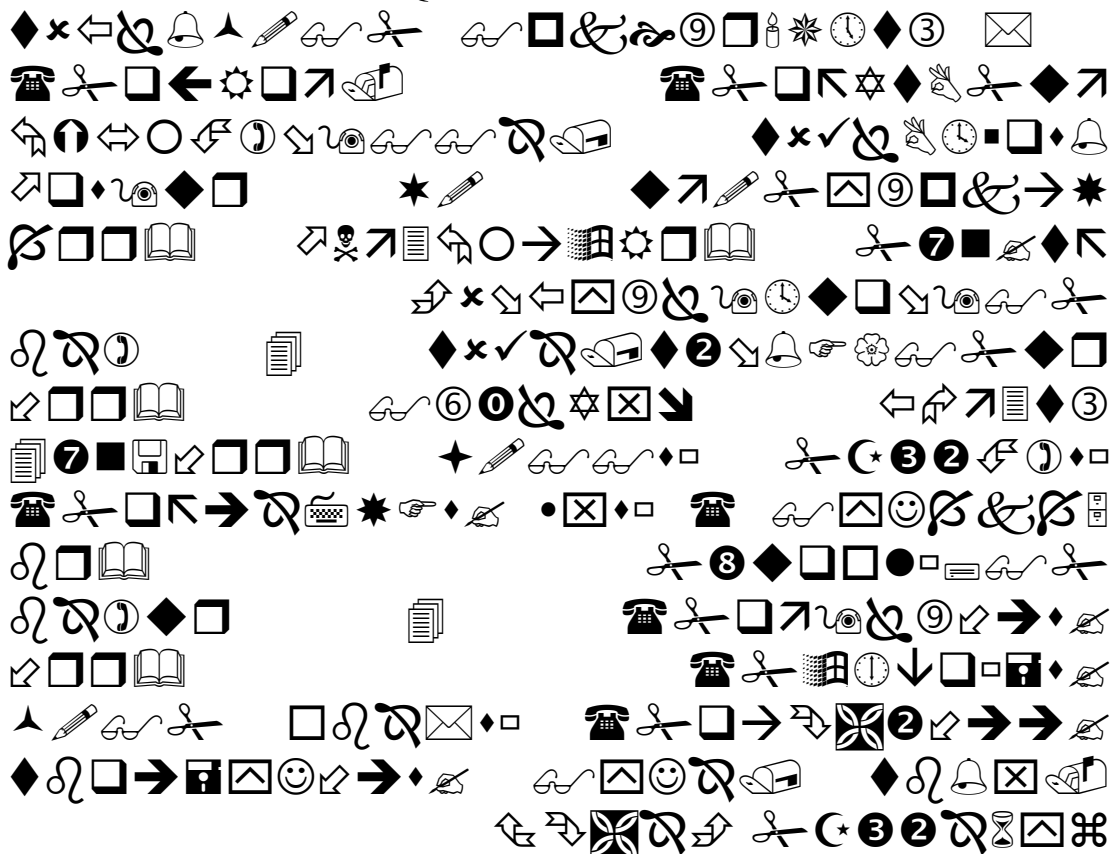
Zaman modern sekarang ini masyarakat pada umumnya telah dihadapkan pada perkembangan teknologi informasi pesat yang secara signifikan membawa pengaruh besar terhadap pola pikir masyarakat dalam segala aspek kehidupan. Fenomena ini menggiring publik yang secara general mendapatkan segala lini informasi yang heterogen dan kolektif.

Dengan berkembangnya teknologi informasi sebenarnya menjadikan masyarakat cerdas dan parsial dalam memandang sebuah kehidupan ekonomi, sosial dan budaya. Perkembangan teknologi membawa perubahan yang berbeda, tergantung kepada tingkat kecerdasan, kebutuhan, ekonomi, agama dan perubahan sosial lainnya.

Kemajuan zaman modern yang diikuti oleh perkembangan ilmu teknologi telah mengubah sikap manusia. Mulai dari kebiasaan kecil sampai ke hal yang mungkin tidak disadari telah membuat manusia tak lepas dari rasa ketergantungan. Yang nantinya kelak menjadi berhala bagi dirinya sendiri. Terutama bagi kaum-kaum berada maupun kaum tak berada yang ingin disebut berada pula. Tidak hanya sebatas pamer atau sebuah kesengajaan yang ingin diperhatikan. Terutama bagi orang-orang menjunjung tinggi kehedonisan itu sendiri.

Sebahagian para pengendali informasi menggunakan kesempatan globalisasi informasi dengan bertujuan memberikan pandangan buruk terhadap masyarakat lainnya agar publik dapat terpengaruh oleh perbuatan yang diinginkan. Ini bertolak belakang dengan konsep tema informasi yang diangkat dalam komunikasi Islam yang berkarakter amar *ma'ruf nahi munkar*. Memberikan kabar yang baik dan jalan yang lurus kepada para audiensnya.

Firman Allah Swt dalam Q.S. An-Nisa'/4:135



Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapak dan kaum kerabatmu. jika ia kaya ataupun miskin, Maka Allah lebih tahu kemaslahatannya. Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang dari kebenaran. dan jika kamu memutar balikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, Maka Sesungguhnya Allah adalah Maha mengetahui segala apa yang kamu kerjakan.¹

¹Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2006) h. 79.

Perubahan sosial terjadi antara lain disebabkan oleh adanya gagasan atau ide yang disampaikan seseorang atau sekelompok orang lain melalui proses komunikasi, baik langsung maupun melalui media massa²

Pertumbuhan dan perkembangan masyarakat modern saat ini sudah tidak dipungkiri lagi ditandai dengan keberadaan media sebagai sarana dalam berkomunikasi. Masyarakat yang modern yang melakukan berbagai aktivitas sangatlah tergantung dengan media yang ada. Perbedaan yang menjadi alat ukur masyarakat kini dan dahulu adalah semakin banyaknya dan canggihnya alat-alat komunikasi yang dijadikan masyarakat sebagai kebutuhan primer. Dapat dipahami bahwa masyarakat dahulu dan sekarang jauh berbeda dengan sarana dan prasarana yang mutakhir.

Sebagaimana diketahui dan dalam kehidupan sekarang informasi merupakan kebutuhan primer yang harus didapat oleh seluruh lapisan masyarakat jika tidak ingin tertinggal dan terasing oleh zaman modern. Lambatnya informasi dapat menjadikan masyarakat akan bodoh dan tidak akan dapat mengikuti perkembangan zaman di era globalisasi.

Pentingnya alat media atau sarana komunikasi terhadap perkembangan kehidupan tidak bisa dipungkiri, tanpa informasi manusia tidak akan bisa melakukan apa-apa. Namun, dengan berkomunikasi manusia mampu melakukan berbagai hal yang dianggap mereka penting. Dalam aspek pendidikan, sosial dan budaya serta politik juga dipengaruhi oleh informasi yang ada. Melalui media komunikasi semua informasi akan mudah didapat dan dijangkau tanpa menyita waktu, biaya dan tempat.

Perkembangan dunia terkadang dapat memberikan efek positif bagi kemajuan manusia itu sendiri, terutama pada bidang komunikasi. Dewasa ini teknologi komunikasi semakin berkembang dan terus maju, berbagai alat komunikasi dengan teknologi canggih sudah banyak digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat. Salah

²Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer, Sebuah Study Komunikasi Edisi Pertama* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011). h, 209.

satunya seperti, Telepon genggam atau yang lebih dikenal dengan sebutan HP (*handphone*) merupakan salah satu alat komunikasi yang sedang digemari oleh banyak orang.

Perkembangan teknologi informasi seperti *handphone* merupakan hasil dari globalisasi seluruh aspek kehidupan manusia. Salah satu tantangan besar yang harus dihadapi oleh bangsa Indonesia, tak terkecuali oleh mahasiswa di seluruh Indonesia. Berbicara mengenai globalisasi, pikiran kita pasti tertuju pada teknologi informasi dan komunikasi yang bersumber dari ilmu pengetahuan. Jarang sekali mahasiswa mencoba berpikir tentang persoalan kerakyatan, keagamaan, atau bagaimana konsep memajukan bangsa di era globalisasi ini.

Mahasiswa lebih suka diajak bersenang-senang untuk kepentingan pribadi yang bersifat sesaat, seperti kegiatan rekreatif. Maka, mentalitas yang hedonis dan individualis di ubah kepada jati diri mahasiswa yang mempunyai idealisme yang tinggi. Jika diredungkan, maka mahasiswa Indonesia harus membekali diri dengan ilmu agama karena penanaman nilai-nilai religius dan moralitas menjadi dasar pembentukan akhlak bangsa. Dan pasti saja dapat menepis pengaruh negatif dari kebebasan ber-teknologi komunikasi. Selain itu, mahasiswa harus kritis dan harus dihadapkan langsung pada persoalan-persoalan kerakyatan.

Tidak bisa di sangkal bahwa globalisasi dalam segi teknologi komunikasi mengantarkan para mahasiswa pada kondisi kehidupan dibawah bayang-bayang apatisme, individualisme, materialisme, serta hedonisme global.

Media komunikasi dewasa ini dapat merubah cara berfikir, pandangan umum dan pengambilan keputusan masyarakat dalam bertindak oleh karena itu dilihat perlu sebagai pengguna alat komunikasi *handphone* untuk lebih cerdas dan bijak dalam melihat fenomena yang sering ditampilkan dalam media tersebut. Sesuai dengan peringatan Allah Swt Allah Swt dalam Q.S. Luqman/31: 6, yaitu:





“Dan di antara manusia (ada) orang yang mempergunakan perkataan yang tidak berguna untuk menyesatkan (manusia) dari jalan Allah tanpa pengetahuan dan menjadikan jalan Allah itu olok-olokan. Mereka itu akan memperoleh azab yang menghinakan³.”

Berdasarkan ayat tersebut di atas, sering terjadi seiring besarnya kepentingan di luar Islam yang tidak suka melihat kemajuan Islam. Melakukan berbagai bentuk cara dan strategi demi kepentingan kaum yang lain. Penafsiran lain dapat di katakan bahwa banyak sekali di zaman sekarang para komunikator yang memberikan informasi sesat dan salah, yang mengakibatkan komunikan dan khalayak umum melakukan hal yang salah pula. Dengan kelemahan dan kemampuan mereka dalam bidang dan ilmu pengetahuannya.

Pada mulanya penggunaan *handphone* ini hanya di kalangan orang-orang tertentu yang mempunyai kemampuan untuk membeli, mengingat saat itu harga *handphone* masih sangat mahal. Namun kini, di manapun berada bisa dengan mudah menjumpai orang yang mempunyai *handphone* dan merupakan suatu pemandangan yang sudah biasa.

Melihat dari segi ekonomi, miskin, kaya, jenjang pendidikan baik tingkat TK (Taman Kanak-kanak), SD (Sekolah Dasar), SMP (Sekolah Menengah Pertama), SMA (Sekolah Menengah Atas) sampai pada mahasiswa banyak menggunakan *handphone* sebagai kebutuhan. Sampai kepada semua profesi masyarakat yang

³Departemen Agama RI, *Alquran Dan...*, h. 328

menggunakan *handphone* sebagai alat komunikasi yang baik dan efektif ketika ingin melakukan komunikasi. Teknologi komunikasi sudah semakin maju mengakibatkan komunikasi mudah dilakukan dan mampu menjangkau seluruh bagian di dunia ini. Termasuk apakah penggunaan *handphone* ini telah menggeser nilai-nilai kesopanan dalam berkomunikasi. Dewasa ini banyak sekali sebenarnya jenis-jenis *handphone* yang digunakan masyarakat, dimulai dari harga yang murah sampai pada tingkatan yang mahal. Sebagai alat komunikasi yang semuanya itu dilengkapi dengan *fitur* (perangkat layanan) yang disesuaikan dengan harga *handphone* tersebut.

Beberapa tahun yang lalu, keberadaan dan penggunaan *handphone* belum diketahui oleh banyak orang. Komunikasi yang terjalin pada saat itu ada pada pesawat telepon yang terpasang di rumah, yang tentu saja tidak dapat dibawa. Selain itu, alat telekomunikasi yang digunakan untuk mengirim pesan kepada orang lain di wilayah yang berbeda terbatas pada surat dan telegram itupun membutuhkan waktu yang sedikit lama untuk bisa sampai ditujuan. Setiap orang tidak dapat hidup sendiri, ia harus bisa berinteraksi dengan orang lain yaitu melalui komunikasi. Baik itu komunikasi *intrapersonal*, *interpersonal*, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi maupun komunikasi massa.

Handphone merupakan salah satu teknologi komunikasi yang bisa dikatakan sebagai media komunikasi *interpersonal* maupun media komunikasi kelompok. Pada penelitian kali ini dititik beratkan pada komunikasi antarpribadi. Meningkatnya produksi *handphone* saat ini lebih dikarenakan adanya kebutuhan masyarakat akan pentingnya berkomunikasi. *Handphone* mampu menjalin komunikasi dari jarak yang jauh, juga banyak membantu komunikasi antar individu dan bahkan antar kelompok dengan berbagai fasilitas layanan yang disediakan jasa telekomunikasi. Secara umum manfaat *handphone* memiliki keuntungan seperti lebih praktis, lebih murah, lebih cepat dan lebih efisien.⁴

⁴Adi Sunarno, *Telephone Courtesy, Panduan Kesopanan Bertelephone Secara Internasional Dikantor, Rumah Dan Ponsel* (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2008), h. 2.

Melakukan aktivitas tanpa menggunakan *handphone* saat ini bagi sebagian orang akan terasa janggal. Mulai bangun tidur sampai berangkat kerja, tidak bisa lepas dari yang namanya *handphone*. *handphone* lebih dijadikan gaya hidup tersendiri dan tidak hanya sekedar alat komunikasi, *handphone* kini dilengkapi dengan berbagai *fitur* (perangkat layanan), seperti *video* , *internet* , *touch screen* (layar sentuh).

Selain sebagai alat komunikasi, *handphone* juga menghasilkan berbagai peluang usaha baru, penyedia layanan komunikasi (*provider*), pedagang penjual pulsa eceran, dan tentunya penjualan *handphone* itu sendiri. Hal ini dapat dilihat di pinggiran jalan kota maupun di desa. Seharusnya kemampuan menanggapi perkembangan teknologi komunikasi dengan bijak, bagaimana dipilih dan digunakan suatu teknologi. sebuah perkembangan pastilah membawa dampak besar bagi sekitarnya.

Seperti perkembangan komunikasi, seluruh komponen baik politik, sosial, ekonomi ikut mengalami perubahan, seiring dengan adanya revolusi komunikasi. Tetapi sebagai masyarakat haruslah pandai dalam mengelola agar tidak terjadi hal fatal. Menggunakan teknologi yang dikuasai untuk bersosialisasi dengan yang lain, karena teknologi komunikasi, kalau tidak bisa menyikapinya dengan baik akan membuat seseorang kurang peka terhadap kehidupan masyarakat. kehadiran teknologi informasi telah mengurangi intensitas tatap muka yang terjadi dalam organisasi atau pun sosial masyarakat. Sebagai manusia yang pandai tahu betul mana yang harus di ambil dalam memaknai teknologi komunikasi ini dalam hidup

Dampak positif dari teknologi *handphone* yang semakin canggih ini sudah pasti aktivitas manusia dalam kehidupan sehari-hari dapat lebih mudah dan memperlancar kegiatan komunikasi antar manusia. Dimanapun dan kapanpun bisa berkomunikasi dengan keluarga dan teman-teman. Karena fasilitas *handphone* yang semakin lengkap, tidak hanya untuk mengirim pesan singkat tetapi juga bisa untuk memotret maupun merekam moment-moment bahagia membuat orang-orang tidak bisa lepas dari *handphone*.

Pada mahasiswa Fakultas Dakwah efektivitas mereka dalam menggunakan *handphone* merupakan hal yang masih akan dipertanyakan. Apakah mereka sudah menggunakan *handphone* sebagaimana selayaknya fungsi yang mengarah kepada kebaikan yang sesuai dengan sistem komunikasi yang Islami. *Handphone* dijadikan sebagai sarana komunikasi apakah sudah digunakan sebagai penyampaian pesan yang baik dan benar. Fenomena dapat terlihat terhadap mahasiswa Fakultas Dakwah yang sebahagian besar sudah menggunakan *handphone* yang memiliki *fitute* camera dan vidio. Sebahagian mereka menyimpan vidio porno dan men-*download* gambar-gambar seksi. Sedangkan sebahagian yang lain berusaha menggunakan *handphone* sebagai peluang usaha seperti menjual pulsa. Kemudian, sebahagian dari mereka tidak dapat mengaplikasikan *handphone* secara keseluruhannya, mereka hanya mengaplikasikan sekedar menelepone, mengirim pesan singkat, *BlackBerry message* (BBM) jika sudah memiliki *Blackberry*, camera, radio, vidio. Namun sebenarnya banyak *fitute* lain yang dapat dilakukan *handphone*. Tetapi mahasiswa tersebut tidak dapat menggunaakannya. Apakah mereka tidak baca buku panduan atau memang tidak penting untuk digunakan.

Efek yang didapatkan oleh mahasiswa sebagai pengguna *handphone* dapat dilihat secara langsung. Seperti efek positifnya adalah mahasiswa selalu melakukan hubungan atau secara Islaminya disebut dengan *silaturahmi* walaupun jarak yang jauh. Sedangkan efek negatifnya adalah sebahagian mahasiswa lupa untuk melakukan sesuatu yang lebih penting akibat bermain *handphone*. Seperti sebahagian mahasiswa tidak menyelesaikan tugas disebabkan bermain *handphone*, lupa mencuci baju akibat menggunakan *handphone* sampai larut malam dapat mengganggu kesehatan fisik.

Melalui fenomena masyarakat dan khususnya terhadap mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN-SU Medan yang menggunakan *handphone* sebagai sarana komunikasi antarpribadi banyak mengalami perubahan kehidupan, yang secara khusus mampu menggiring perubahan dalam berkomunikasi. Pada beberapa fenomena disebutkan pengaruh signifikan atas kehadiran *handphone* terhadap komunikasi antarpribadi masyarakat.

Dalam hal ini peneliti ingin melihat efektivitas *handphone* terhadap mahasiswa, apakah efek positif dan negatif dari penggunaan alat tersebut. Pada khususnya ingin meneliti dan menjadikan tema ini menjadi sebuah judul tesis yaitu ***Efektivitas Penggunaan Alat Komunikasi Handphone Dalam Komunikasi Antarpribadi di Kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN-SU Medan.***

B. Rumusan Masalah

Pada tahapan perumusan masalah yang berdasar pada latar belakang masalah tersebut, peneliti menuliskan beberapa pertanyaan yang dianggap penting dan dijadikan barometer penelitian. Agar tujuan penelitian lebih terarah dan mudah. Dalam hal ini peneliti mencantumkan beberapa permasalahan yaitu:

1. Bagaimana efektivitas penggunaan *handphone* dalam komunikasi antarpribadi di kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN-SU Medan ?
2. Bagaimana efek penggunaan *handphone* dalam komunikasi antarpribadi di kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN-SU Medan ?

C. Batasan Istilah

Agar terhindar dari pemahaman ganda dan perbedaan pemahaman oleh pembaca dalam penelitian ini, peneliti memuat penjelasan tentang pengertian istilah-istilah kunci yang terdapat pada judul tesis dan permasalahan yang timbul pada tesis ini, sebagai berikut :

1. Efektivitas adalah ada efeknya, manjur, mujarab, mangkus, mulai berlaku, berhasil guna.⁵ Dalam penelitian ini peneliti lebih sepakat menggunakan definisi ketepatangunaan. Melihat ketepatangunaan penggunaan *handphone* dalam komunikasi antarpribadi. Penjelasan efektivitas pada penelitian ini melihat sejauh mana para mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN-SU Medan menggunakan *handphone* sebagai alat komunikasi, penggunaan sebagai

⁵ Departement Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h. 284.

peluang usaha dan melihat apakah *handphone* sudah tepat di gunakan sebagai sarana nir-media komunikasi antarpribadi. Banyak sekali kelengkapan layanan pada *handphone* namun apakah sudah digunakan sesuai panduan atau para mahasiswa tidak mengetahui fungsi dan kegunaan pada *future handphone* yang dimilikinya. Seperti para mahasiswa yang memiliki *handphone blackberry* memiliki *future* lengkap dan tanpa harus bersusah payah mendapatkan informasi, dengan kelengkapan *future* itu, apakah sudah digunakan mahasiswa yang dimilikinya atau tidak. Kalau sesuai panduan maka mahasiswa Fakultas Dakwah tersebut telah menguasai sebahagian teknologi komunikasi namun, jika mereka belum dapat menggunakannya maka dapat dikatakan sebagai mahasiswa gagap teknologi.

2. Efek adalah akibat, hasil pengaruh dari sesuatu.⁶ Pada penelitian ini efek diartikan sebagai akibat dari penggunaan komunikasi dalam komunikasi antarpribadi, di antaranya meliputi akibat baik dan akibat buruk. Akibat baik dimaksudkan oleh peneliti merupakan sesuatu yang berguna ditimbulkan setelah melakukan komunikasi dengan menggunakan *handphone* seperti *silaturahmi*, berbisnis melalui *handphone*, mendapatkan informasi untuk aksi yang dipengaruhi oleh berkomunikasi tersebut. Sedangkan akibat buruknya meliputi penggunaan *handphone* yang di luar kendali normalnya mahasiswa Fakultas Dakwah seperti men-*download* video porno, foto-foto bugil, penipuan melalui *handphone* dan aksi teror dan lainnya jika dianggap dampak buruk oleh *handphone*.
3. *Handphone* adalah telepon genggam atau sering disebut dengan *ponsel*. Pada penelitian ini *handphone* dilihat sebagai sarana nirmedia dalam proses komunikasi

⁶ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Edisi Keempat* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama) h. 351.

4. Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi.⁷ Dalam penelitian ini mahasiswa yang dimaksud adalah mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN-SU Medan tahun ajaran 2011-2012. Peneliti memfokuskan pada mahasiswa tahun ajaran 2011-2012 karena masa transisi dari pendidikan sekolah menengah umum kepada tingkat pendidikan tinggi merupakan masa transisi yang sangat rentan sekali dipengaruhi oleh teknologi modern saat ini. Masa *pubertas* sangat menentukan sikap dan perilaku mereka dalam kehidupan yang lebih modern. Jumlah mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan yang menjadi objek penelitian sebanyak 20 orang, yang terdiri dari lima orang mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), lima orang mahasiswa jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI), lima orang mahasiswa jurusan Manajemen Dakwah (MD) dan lima orang mahasiswa jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI).

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah jawaban pertanyaan yang terdapat pada rumusan masalah dalam penelitian, yaitu sebagai berikut

1. Untuk mengetahui efektivitas penggunaan *handphone* dalam komunikasi antarpribadi di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN-SU Medan
2. Untuk mengetahui efek penggunaan *handphone* dalam komunikasi antarpribadi di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN-SU Medan

E. Kegunaan Penelitian

Dalam sub ini diuraikan manfaat penelitian dan operasionalisasi hasil sebagai manfaat dalam penelitian ini yaitu,

⁷ *Ibid...*h. 856.

1. Secara teoritis hasil penelitian ini dimaksudkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran dan kontribusi positif terhadap khazanah keilmuan dan wawasan pengembangan dalam kajian Komunikasi Islam dan khususnya pada komunikasi antar pribadi. Sebagai referensi awal dalam penelitian selanjutnya yang lebih dalam lagi.
2. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan yang positif bagi mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN-SU Medan dalam komunikasi antarpribadi dengan menggunakan *handphone* secara idealnya. Menjelaskan efek positif dan negatif dalam penggunaan *handphone*.
3. Penelitian ini juga dilakukan Sebagai tugas akhir sebagai syarat kelulusan program Pasca Sarjana IAIN-SU Medan prodi Komunikasi Islam

F. Garis-Garis Besar Isi Tesis

Pada bagian ini dicantumkan rencana laporan penelitian sebagai gambaran dari permasalahan yang akan diteliti. Dirumuskan dalam bentuk bab-bab dan masing-masing bab dirinci kedalam beberapa sub-sub. Penelitian ini dibagi atas lima bab.

Bab pertama merupakan bab pendahuluan yang memuat tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan istilah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan garis-garis besar isi tesis

Bab kedua dipaparkan tentang konsep teori seputar tentang *handphone*, definisi komunikasi, karakteristik komunikasi perspektif Islam, bentuk-bentuk komunikasi menurut Islam, komunikasi antarpribadi, proses komunikasi antarpribadi dan diakhiri dengan teori komunikasi antarpribadi

Bab ketiga merupakan metodologi penelitian yang meliputi lokasi penelitian, jadwal penelitian, informan penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan, teknik pengumpulan data dan teknik pemeriksaan keabsahan data.

Bab keempat merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi sekilas tentang mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan, efektivitas penggunaan *handphone* dikalangan mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN-SU Medan, efek

penggunaan *handphone* dikalangan mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN-SU Medan dan *handphone* sebagai saluran komunikasi antarpribadi.

Bab kelima adalah penutup merupakan kesimpulan akhir dari penelitian dan saran yang dianggap penting sebagai acuan kedepannya bagi pengguna *handphone* khususnya di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN-SU Medan.

BAB II

LANDASAN TEORI

I. Seputar Tentang *Handphone*

Handphone merupakan alat komunikasi yang banyak ditemukan dalam segala aspek kehidupan dewasa ini. Banyak bergantung pada *handphone* sebagai alat komunikasi utama. Namun sebagai alat komunikasi, *handphone* mempunyai banyak hambatan seperti penelepon yang bertele-tele, gangguan jaringan, pesan yang tidak terkirim dan terjawab, dan akhirnya banyak kekecewaan. Kesalahan komunikasi yang sering terjadi menyebabkan bahwa *handphone* bukanlah alat yang sempurna.

Perkembangan teknologi komunikasi berkembang terlalu pesat. Negara-negara Asia, seperti Korea dan Cina telah mampu menemukan penemuan baru dalam bidang teknologi komunikasi, termasuk dengan teknologi *handphone*. Pada mulanya dibuat untuk memudahkan orang berkomunikasi dimana saja, namun ketika masyarakat yang bergerak cepat karena dapat menggunakan teknologi komunikasi yang begitu mudah, menyebabkan masyarakat semakin jauh secara emosional. Keinginan kembali melakukan komunikasi yang lebih berkualitas disebabkan karena mutasi manusia yang semakin luas menyebabkan masyarakat membutuhkan alat komunikasi yang menyediakan video yang menyediakan gambar-gambar hidup, bahkan sekarang mampu mentransmisikan enam media, seperti teks, grafik, suara, musik, animasi dan video dimana saja dan kapan saja.

Perkembangan ini terus berlanjut, saat ini *handphone* tidak hanya berfungsi sebagai teknologi komunikasi namun juga menjadi multimedia yang dapat menyediakan segala macam kebutuhan, baik sebagai media penyimpanan, media

processing maupun sebagai media penyiaran. *Handphone* mampu melakukan penyiaran sebuah berita kepada orang-orang yang memiliki *handphone* pula, konsep *handphone* telah mengalahkan konsep-konsep media massa lainnya yang serba statis.

Seiring dengan perkembangan zaman dengan digiringnya kebutuhan masyarakat modern yang serba *instant*. Para ilmuwan dalam bidang teknologi informasi tidak tinggal diam dengan mencoba menghasilkan karya-karya terbaik mereka kepada manusia sebagai penguasa dan pemimpin di muka bumi ini. Dengan tuntutan fundamental itu para ahli teknologi mampu memberikan yang terbaik dengan menciptakan *handphone* sebagai jawaban sementara bagi masyarakat modern yang butuh informasi, komunikasi terus menerus dengan jarak dan tempat yang berbeda. Diawali dengan diciptakannya *telephone* rumah oleh Alexander Graham Bell pada tahun 1876⁸. sebagai gerakan awal *telephone* yang menggunakan kabel pengantar arus yang kemudian mampu melahirkan karya mereka dengan tanpa kabel dapat melakukan komunikasi tanpa batas dengan dibantu oleh kondisi jaringan atau sinyal.

Perubahan alat komunikasi ini dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Tanpa pandang tempat, usia dan tingkat ekonomi. Semua lapisan masyarakat ini telah merasakan keberadaannya. Semakin maraknya pengguna *handphone* seiring dengan kemajuan teknologi, khususnya di bidang komunikasi. Penggunaan *handphone* pada prinsipnya sama dengan penggunaan *telepon* rumah dalam hal berkomunikasi. Menyampaikan pesan dan memberikan informasi, hanya saja perlu disadari perbedaan mendasar dari *handphone*, yaitu:

1. *Handphone* bisa dibawa kemana saja, jadi komunikasi dilakukan dapat terjadi dimanapun
2. Ada beberapa fasilitas tambahan yang tidak dimiliki *telepon* rumah, sehingga ada banyak variasi dalam berkomunikasi menggunakan *handphone* ini, baik dari segi bunyi dering maupun kamera serta internet

¹ Daryanto, *Teknik Handphone* (Bandung: CV. Yrama Media, 2010), h. 2.

3. Ukuran *handphone* relative lebih kecil dan praktis.

Fungsi *handphone* pada dewasa ini tidak hanya menjadi alat komunikasi saja namun *handphone* kini telah dimodifikasi oleh *Fitur* baru seperti, camera digital, radio dan saat ini sudah mampu melakukan *browsing* dan *download* secara praktis. Tidak menutup kemungkinan bahwa *handphone* suatu saat nanti akan memiliki kemampuan dengan layar monitor sehingga orang akan melihat langsung siapa yang sedang berbicara melalui *handphone* tersebut.

Handphone adalah alat komunikasi *wireless* atau komunikasi bergerak tanpa kabel. Istilah lainnya adalah *mobile device*.⁹ Teknologi *wireless* ini telah berkembang dengan pesat satu dekade terakhir ini. Teknologi tanpa kabel (*wireless*) ini ditemukan oleh Nikolai Tesla pada tahun 1880 dan diperkenalkan oleh Guglielmo Marconi.¹⁰ Akar dari perkembangan digital *wireless* dan *seluler* dimulai sejak 1940 saat *telephone mobile* secara komersial diperkenalkan.

Perkembangan teknologi dan jaringan komunikasi menunjukkan kecenderungan untuk membuat suatu dimensi baru. Misalnya perkembangan jaringan *telephone* tanpa kabel. Perkembangan tersebut memungkinkan adanya peningkatan dalam pelayanan serta memberikan kemampuan untuk dapat mengontrol segala jasa yang ditawarkan.

Memasuki zaman yang modern dan padat informasi, masyarakat mulai mengenal batasan yang sopan ataupun yang tidak sopan. Misalnya dengan menggunakan *hanphone* jika berdering apakah akan segera dijawab, atau menelepon kembali. Jika itu dirasa tidak penting maka hanya perlu dibalas hanya dengan SMS (*Short Message Service*).

Selain berfungsi untuk melakukan dan menerima panggilan telepon, *handphone* umumnya juga mempunyai fungsi pengiriman dan penerimaan pesan singkat (*short message service, SMS*). Ada pula penyedia jasa *handphone* di beberapa

⁹ *Ibid.*, h. 1.

¹⁰ *Ibid.*, h. 2.

negara yang menyediakan layanan generasi ketiga (3G) dengan menambahkan jasa videophone, sebagai alat pembayaran, maupun untuk televisi online di *handphone* mereka. Sekarang, *handphone* menjadi gadget yang multifungsi. Mengikuti perkembangan teknologi digital, kini *handphone* juga dilengkapi dengan berbagai pilihan *fiture*, seperti bisa menangkap siaran radio dan televisi, perangkat lunak pemutar audio (MP3) dan video, kamera digital, game, dan layanan internet (WAP, GPRS, 3G). Selain *fiture-fiture* tersebut, *handphone* sekarang sudah ditanamkan *fiture* komputer. Jadi di *handphone* tersebut, orang bisa mengubah fungsi *handphone* tersebut menjadi mini komputer. Di dunia bisnis, *fiture* ini sangat membantu bagi para pebisnis untuk melakukan semua pekerjaan di satu tempat dan membuat pekerjaan tersebut diselesaikan dalam waktu yang singkat.

Di Indonesia sendiri, perkembangan teknologi jaringan telekomunikasi telah melalui beberapa tahapan. Cepat atau lambatnya perkembangan tentu saja tidak terlepas dari peranan pemerintah dalam usahanya memajukan teknologi komunikasi. Teknologi wireless yang berkembang pesat saat ini dengan teknologi tanpa kabel diantaranya adalah AMPS (*Advance Mobile Phone Sistem*), GSM (*Global Sistem For Mobil Sistem*), dan CDMA (*Code Division Multiple Acces*).

1. AMPS (*Advance Mobile Phone Sistem*)

AMPS merupakan generasi pertama pada teknologi selular. System ini dialokasikan pada band 800 Mhz. jaringan ini menggunakan sirkuit terintegrasi yang sangat besar. Sirkuit ini terdiri dari computer *dedicated* dan sistem *switch*.

AMPS menggunakan sistem *range* frekuensi antara 824 Mhz - 894 Mhz. teknologi ini diperuntukkan untuk posel analog. AMPS tidak menawarkan *fiture* lain yang umum digunakan pada layanan seluler seperti *e-mail* dan *browsing* di *web*. Kualitas suara yang kurang bagus serta beberapa permasalahan teknis menjadi kendala dari system AMPS. Masalah tersebut membuat system ini tidak berkembang dan bahkan ditinggalkan setelah teknologi digital berkembang.

2. GSM (*Global Sistem for Mobil telekomunikasi*)

GSM merupakan generasi kedua setelah AMPS. GSM pertama kali dikeluarkan pada tahun 1991 dan mulai berkembang pada tahun 1993. Sistem ini diadopsi oleh beberapa Negara seperti Afrika Selatan, Australia, Timur Tengah dan Amerika Utara. Perkembangan pesat dari GSM disebabkan karena telah digunakannya sistem digital. Hal tersebut memungkinkan penganalisis untuk mengeksplorasi penggunaan algoritma dan digital serta memungkinkannya penggunaan *very large scale integration* (VLSI). Untuk mengurangi dan memperkecil biaya *handset* terminalnya, pada saat ini GSM telah menggunakan fitur *intelligent network* (jaringan kecerdasan)

3. CDMA (*Code Division Multiple Access*)

Merupakan generasi ketiga (3G), teknologi telepon tanpa kabel. Perkembangannya ditandai pula munculnya berbagai macam jenis telepon selular. CDMA menggunakan teknik penyebaran *spectrum*. Hal tersebut berbeda-beda dengan metode *global system for mobile telecommunication* yang menggunakan *time division multiplexing* (TDM). CDMA tidak memberikan penanda pada frekuensi khusus pada setiap *user*. Setiap *channel* menggunakan *spectrum* yang tersedia secara penuh, percakapan individual akan di *encode* atau disandikan dengan pengaturan digital secara *pseudo random*. CDMA merupakan perkembangan dari teknologi AMPS. Teknologi ini pertama kali digunakan oleh militer Amerika Serikat sebagai sarana komunikasi *intelligent* pada waktu perang. CDMA System ini belum layak diadopsi oleh sebahagian besar operator diberbagai Negara. Di Indonesia jaringan CDMA ditempati oleh PT. Mobile-8, Telecom, Telkomflexy dan Esia.

Beberapa Jenis *handphone* berdasarkan fungsi, yaitu:

1). *Handphone* bisnis

Handphone jenis ini ditujukan untuk anda yang menginginkan perangkat bisnis dalam genggamannya, biasanya *handphone* yang telah memiliki kemampuan ini tergolong *handphone* pintar (*smartphone*). Beragai aplikasi bisnis terdapat dalam *handphone* ini dan dapat membuat pekerjaan kantor anda dapat dilihat dan dikerjakan dalam sebuah *handphone*.

2) *Handphone* hiburan

Handphone jenis ini merupakan *handphone* berjenis multimedia, dimana semua aktivitas yang berhubungan dengan musik, seni, foto, sosial dan lainnya dapat anda atasi dengan sebuah *handphone*. Banyak *handphone* jenis ini yang memiliki variannya tersendiri, seperti ponsel musik, *handphone* kamera, dan ponsel jejaring sosial.

3) *Handphone* fashion

Handphone jenis ini lebih banyak mengandalkan tampilannya, dan dapat membuat pemiliknya sangat puas meskipun dengan fitur yang terkesan sederhana. Tetapi dibalik itu semua, sebuah *handphone* fashion dapat berharga berkali-kali lipat dari harga *handphone* terancang. Dewasa ini dapat ditemukan *handphone* yang berharga lebih mahal dari harga sebuah kendaraan, bahkan lebih mahal dari harga sebuah rumah.

4) *Handphone* standar

Handphone jenis ini diperuntukan untuk anda yang menginginkan *handphone* yang simpel, fitur yang disematkan dalam ponsel ini merupakan fitur inti, tanpa teknologi baru yang disematkan.

Berkomunikasi dengan efektif menggunakan *handphone* merupakan sebuah keterampilan unik, dan jika dikuasai akan menjadikan keberhasilan dalam berkomunikasi secara profesional. Dan efektif melalui *handphone* terletak pada diri seorang pengguna alat komunikasi tersebut. Keterampilan ini dapat dikuasai dengan sedikit latihan .

Upaya menciptakan kesan positif dalam melakukan komunikasi dimata penelepon muncul alami dalam diri kita. Pada saat suasana hati sedang bagus, antusias dengan pekerjaan atau berhadapan dengan suara yang ramah. Kuncinya adalah memberikan kesan positif sehingga penelepon membentuk kesan positif yang sama.¹¹

Dengan ringkas sejarah *handphone* dapat di tulis melalui beberapa generasi dibawah ini.

1) Generasi 0

Sejarah penemuan telepon seluler tidak lepas dari perkembangan [radio](#). Awal penemuan telepon seluler dimulai pada tahun 1921 ketika Departemen Kepolisian Detroit Michigan mencoba menggunakan telepon mobil satu arah. Kemudian, pada tahun 1928 Kepolisian Detroit mulai menggunakan radio komunikasi satu arah regular pada semua mobil patroli dengan frekuensi 2 MHz. pada perkembangan selanjutnya, [radio](#) komunikasi berkembang menjadi dua arah dengan “frequency modulated “(FM). Tahun 1940, Galvin Manufactory Corporation (sekarang Motorola)mengembangkan portable Handie-talkie SCR536, yang berarti sebuah alat komunikasi di medan perang saat perang dunia II. Masa ini merupakan generasi 0 telepon seluler atau 0-G, dimana telepon seluler mulai diperkenalkan. Setelah mengeluarkan SCR536,kemudian pada tahun 1943 Galvin Manufactory Corporation mengeluarkan kembali partable FM radio dua arah pertama yang diberi nama SCR300 dengan model backpack untuk tentara U.S. Alat ini memiliki berat sekitar 35 pon dan dapat bekerja secara efektif dalam jarak operasi 10 sampai 20 mil.

Sistem telepon seluler 0-G masih menggunakan sebuah sistem [radio](#) VHF untuk menghubungkan telepon secara langsung pada [PSTN](#) *landline*. Kelemahan sistem ini adalah masalah pada jaringan kongesti yang kemudian memunculkan usaha-usaha untuk mengganti sistem ini.

¹¹ Doc Morey, *Carrer Management Series Phone Power, Meningkatkan Kefektifan Berkomunikasi di Telepon* (Jakarta: PT. Eliex Media Komputindo, 1998) h. 2.

Generasi 0 diakhiri dengan penemuan konsep modern oleh insinyur-insinyur dari Bell Labs pada tahun 1947. Mereka menemukan konsep penggunaan telepon hexagonal sebagai dasar telepon seluler. Namun, konsep ini baru dikembangkan pada 1960-an.

2). Generasi I

Telepon genggam generasi 1G

Telepon genggam generasi pertama disebut juga 1G. 1-G merupakan telepon genggam pertama yang sebenarnya. Tahun 1973, Martin Cooper dari Motorola Corp menemukan telepon seluler pertama dan diperkenalkan kepada public pada 3 April 1973. Telepon seluler yang ditemukan oleh Cooper memiliki berat 30 ons atau sekitar 800 gram. Penemuan inilah yang telah mengubah dunia selamanya. Teknologi yang digunakan 1-G masih bersifat analog dan dikenal dengan istilah AMPS. AMPS menggunakan [frekuensi](#) antara 825 Mhz- 894 Mhz dan dioperasikan pada [Band](#) 800 Mhz. Karena bersifat analog, maka sistem yang digunakan masih bersifat regional. Salah satu kekurangan generasi 1-G adalah karena ukurannya yang terlalu besar untuk dipegang oleh tangan. Ukuran yang besar ini dikarenakan keperluan tenaga dan performa baterai yang kurang baik. Selain itu generasi 1-G masih memiliki masalah dengan mobilitas pengguna. Pada saat melakukan panggilan, mobilitas pengguna terbatas pada jangkauan area telpon genggam.

3). Generasi II

Telepon genggam tahun 1996

Generasi kedua atau 2-G muncul pada sekitar tahun 1990-an. 2G di Amerika sudah menggunakan teknologi [CDMA](#), sedangkan di Eropa menggunakan teknologi [GSM](#). GSM menggunakan frekuensi standar 900 Mhz dan [frekuensi](#) 1800 Mhz. Dengan frekuensi tersebut, GSM memiliki kapasitas pelanggan yang lebih besar. Pada generasi [2G sinyal](#) analog sudah diganti dengan sinyal digital. Penggunaan

[sinyal digital](#) memperlengkapi telepon genggam dengan pesan suara, panggilan tunggu, dan [SMS](#). Telepon seluler pada generasi ini juga memiliki ukuran yang lebih kecil dan lebih ringan karena penggunaan teknologi [chip digital](#). Ukuran yang lebih kecil juga dikarenakan kebutuhan tenaga [baterai](#) yang lebih kecil. Keunggulan dari generasi [2G](#) adalah ukuran dan berat yang lebih kecil serta sinyal radio yang lebih rendah, sehingga mengurangi efek [radiasi](#) yang membayakan pengguna.

4). Generasi **III**

Ponsel 3-G

Generasi ini disebut juga [3G](#) yang memungkinkan operator jaringan untuk memberi pengguna mereka jangkauan yang lebih luas, termasuk [internet](#) sebaik *video call* berteknologi tinggi. Dalam 3G terdapat 3 standar untuk dunia telekomunikasi yaitu Enhance Datarates for GSM Evolution (EDGE), Wideband-CDMA, dan [CDMA](#) 2000. Kelemahan dari generasi 3G ini adalah biaya yang relatif lebih tinggi, dan kurangnya cakupan jaringan karena masih barunya teknologi ini. Tapi yang menarik pada generasi ini adalah mulai dimasukkannya sistem operasi pada ponsel sehingga membuat fitur ponsel semakin lengkap bahkan mendekati fungsi PC. Sistem operasi yang digunakan antara lain [Symbian](#), [Android](#) dan [Windows Mobile](#)

5). Generasi **IV**

Generasi ini disebut juga *Fourth Generation* (4G). 4G merupakan sistem ponsel yang menawarkan pendekatan baru dan solusi infrastruktur yang mengintegrasikan teknologi nirkabel yang telah ada termasuk *wireless broadband* (*WiBro*), *802.16e*, [CDMA](#), [wireless LAN](#), [Bluetooth](#), dan lain-lain. Sistem [4G](#) berdasarkan heterogenitas jaringan IP yang memungkinkan pengguna untuk menggunakan beragam sistem kapan saja dan di mana saja. 4G juga memberikan penggunaanya kecepatan tinggi, volume tinggi, kualitas baik, jangkauan global, dan fleksibilitas untuk menjelajahi berbagai teknologi berbeda. Terakhir, 4G memberikan

pelayanan pengiriman data cepat untuk mengakomodasi berbagai aplikasi multimedia seperti, *video conferencing*, *online game*, dan lain-lain¹²

J. Defenisi Komunikasi

Keilmuan komunikasi tidak dapat dipungkiri adalah hasil dari beberapa teori keilmuan sosial. Dimana ilmu sosial adalah induk dari ilmu komunikasi. Sejarah teori komunikasi menempuh dua jalur. Pertama, kajian dan sumbangan pemikiran Auguste Comte, Durkheim, Talcott Parson dan Robert K. Merton merupakan sumbangan paradigme fungsional bagi lahirnya teori-teori komunikasi yang beraliran structural-fungsional. Kedua, sumbangan-sumbangan pemikiran Karl Marx dan Habermas menyumbangkan paradigme konflik bagi lahirnya teori-teori konflik dan teori kritis dalam kajian ilmu komunikasi.¹³

Perkembangan terakhir ilmu komunikasi di Indonesia saat ini dipengaruhi oleh tiga paradigma besar. Pertama, paradigma teori konvensional, yaitu paradigma teori yang dianut oleh para ilmuwan komunikasi yang secara keilmuannya mengembangkan teorinya secara linier. Para ilmuwan ini memiliki kecenderungan memandang teori komunikasi secara tradisional, mereka sejak semula telah mempelajari bidang komunikasi sejak jenjang pendidikan S1 dan tidak memalingkan pandangan terhadap teori-teori lain disekitar ilmu komunikasi. Kedua, paradigma kritis dan perspektif komunikasi, yaitu paradigma komunikasi yang dianut oleh para sarjana yang awalnya terutama S1 belum mempelajari teori komunikasi, kemudian secara serius mempelajari komunikasi secara kritis dan menurut perspektif komunikasi yang dilihatnya. Paradigme ini antara lain adalah sosiologi komunikasi, hukum komunikasi dan hukum media, psikologi komunikasi, komunikasi antarbudaya, komunikasi politik, komunikasi organisasi, komunikasi public, komunikasi sosial, semiotika komunikasi, public relation dan sebagainya. Ketiga, paradigma teknologi media. Paradigme ini lahir dari para peminat teknologi telematika, terutama oleh para sarjana

¹² https://id.wikipedia.org/wiki/Telepon_genggam, di akses pada hari Rabu 24 Maret 2013

¹³ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2008) h. 235.

teknologi informasi. Walaupun paradigma ini tidak terlalu berpengaruh dalam kancan teori komunikasi bila dibandingkan pada paradigma sebelumnya, namun teori-teori komunikasi menggunakan perkembangan teknologi media ini untuk merevisi berbagai teori komunikasi yang ada hubungannya dengan media dan komunikasi massa.

Istilah kata komunikasi sekarang ini pada dasarnya sudah sering di ucapkan. Di kalangan mahasiswa, pelaku bisnis dan lain-lain. Mereka semua sudah tidak asing lagi dalam menggunakan kata komunikasi. Oleh karenanya dianggap penting Sebelum kita mengetahui lebih dalam defenisi komunikasi antarpribadi terlebih dahulu diantarkan defenisi komunikasi. Agar kita tidak berbeda paham dalam memaknakan arti kata komunikasi. Kata komunikasi atau *Communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin yaitu *Communis* yang berarti sama, *Communico*, *Communicatio* atau *Communicare* yang berarti “membuat sama” (*To Make Common*).¹⁴ Dalam pandangan Deddy Mulyana Komunikasi adalah *Human Communication*. Orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator, kemudian orang yang menerima pesan tersebut dinamakan komunikan. Untuk tugasnya komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikannya.

Menurut pandangan beberapa ahli, diantaranya; (1) Sarah Trenhom dan Arthur Jensen (1996) menjelaskan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan pada enerima melalui saluran atau media. (2) Berlson dan Stainer (1964) komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain melalui simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka dan lainnya. (3).Everet M. Rogers & Lawrence Kincaid (1981) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain yang ada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam. (4) Ruesch (1957) komunikasi merupakan proses

¹⁴ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar* (Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 2007), h. 46.

yang menghubungkan satu bagian dengan bagian yang lain dalam kehidupan. (5) Weaver (1949) menyatakan, komunikasi adalah seluruh prosedur melalui pikiran, dimana seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lain.¹⁵

Secara etimologis atau menurut asal katanya, istilah komunikasi berasal dari bahasa latin, yaitu *communication* yang asal katanya *comunis* yang artinya adalah *sama makna*, yaitu sama makna dalam satu hal¹⁶ jadi, komunikasi berlangsung bila antara orang-orang yang terlibat dapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan.

Harold Lasswell menyatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: “ *who says what in which channel to whom with what effect*” [siapa yang mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek bagaimana]. Carl I. Hovland menyatakan “ *communicationis the process to modify the behavior of other individuals*” komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain.¹⁷

Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Hal ini sejalan dengan beberapa pendapat Effendy bahwa komunikasi adalah proses penyampaian Suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media.¹⁸

William C. Himstreet dan Wayne Murlin Baty mengemukakan komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antara individu melalui sistem yang biasa, baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal maupun perilaku dan tindakan.¹⁹

Everett M. Rogers seorang pakar sosiologi pedesaan di Amerika bersama D. Lawrence Kincaid mendefinisikan komunikasi sebagai proses dimana dua orang

¹⁵ Marheni Fajar, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, h. 31-32.

¹⁶ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), h.3.

¹⁷ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Rosdakarya, 2004), h.10.

¹⁸ *Ibid.*, h. 5.

¹⁹ Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis* (Jakarta: Erlangga, 2003), h.3.

atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam

Shannon dan Weaver mengatakan bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas bentuk komunikasi menggunakan komunikasi verbal maupun nonverbal, tetapi juga dalam bentuk ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.²⁰

Schram berpendapat bahwa esensi dari komunikasi adalah terutama dalam pengertian pesan, sehingga antar penerima dan pengirim dapat mengartikan hal yang sama terhadap suatu pesan.²¹ Dengan demikian komunikasi yang berlangsung antara seseorang dengan orang lain di harapkan dapat menimbulkan pengertian yang sama terhadap suatu pesan, sehingga akhirnya pesan itu milik bersama

Theonordoson and Theonordoson 1969, memberi batasan lingkup *communication* berupa penyebaran informasi, ide-ide, sikap-sikap, atau emosi dari seseorang atau kelompok kepada yang lain (atau lainnya) terutama symbol-simbol. Garbner 1967, mengatakan *communication* dapat di defenisikan sebagai *social action* melalui pesan-pesan. Onong Uchyana mengatakan komunikasi sebagai proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran, atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bias merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bias berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati.²²

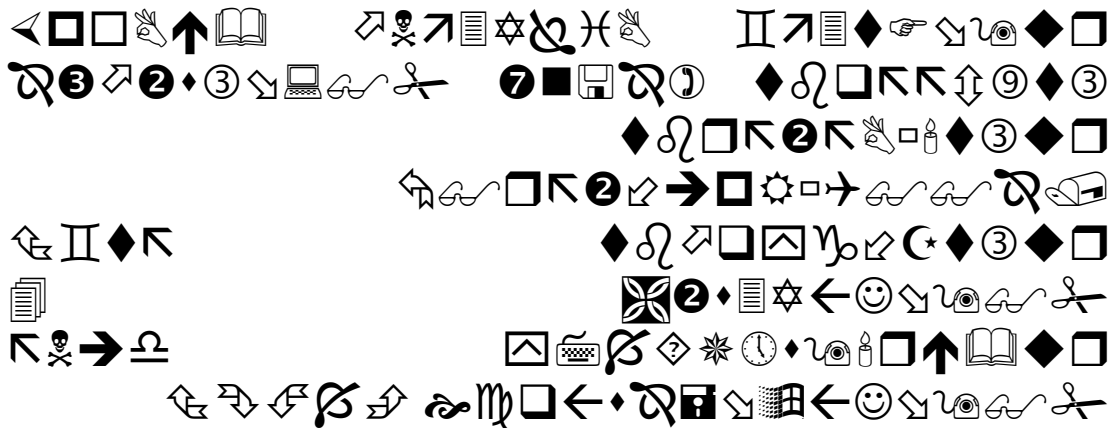
Lingkup komunikasi pada hakikatnya menyangkut persoalan-persoalan yang ada kaitannya dengan substansi interaksi sosial orang-orang dalam masyarakat, termasuk konten interaksi yang dilakukan secara langsung maupun dengan media komunikasi.

²⁰ Hafied Changara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998), h. 24.

²¹ J.E. Wahyudi, *Media Komunikasi Massa Televisi* (Bandung: Alumni, 1986), h. 36.

²² Burhan, *Sosiologi ...*, h. 30-31.

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku. Baik secara lisan maupun melalui media.²³ Sebagai penjelasannya bahwa seorang komunikator merupakan *Agent Social Control* yang mampu merubah sikap dan perilaku komunikannya kearah yang lebih baik lagi. Kemudian bila merujuk pada defenisi diatas seorang komunikator memiliki peran penting dalam perbaikan kehidupan manusia. Ini sejalan dengan firman Allah Swt Q.S : Ali Imran/3 :104, yaitu:



Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung²⁴

Ayat tersebut secara tekstual dilihat bahwa adanya komunikator sebagai corong kedamaian umat. Proses pengabdian kepada Allah Swt yang maha kuasa tidak terlepas dari peran beberapa orang sebagai *Top lieder* dalam menyampaikan risalah dakwah Islam, sebagai petunjuk dan penjelas bagi manusia. Kemudian pula

²³ Onong Uchjana Effendi, *Dinamika.....*, h. 5.

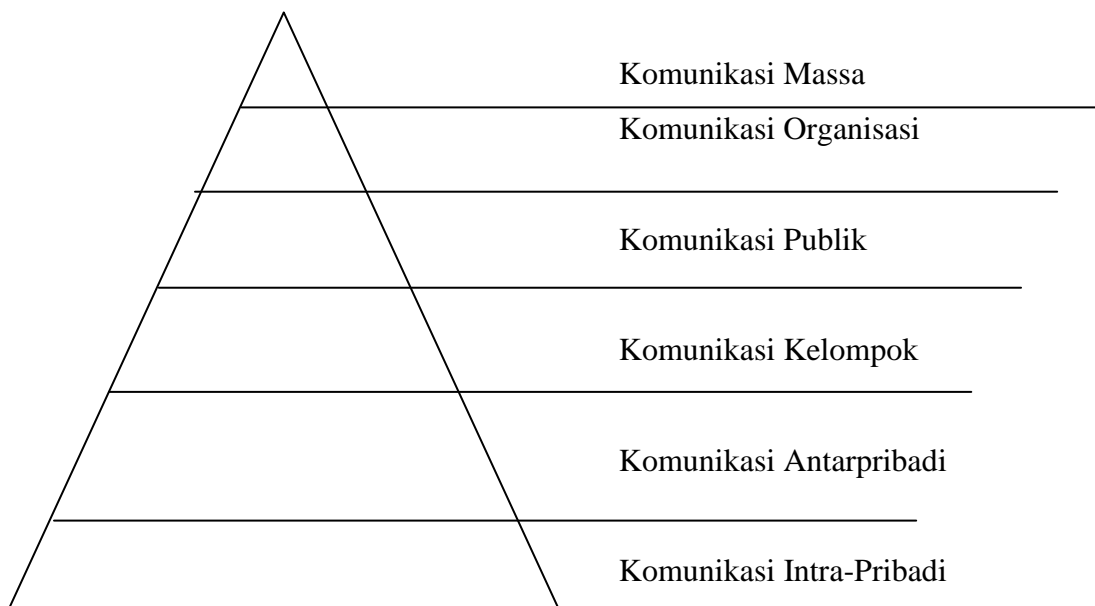
²⁴ Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2006) h. 50.

kesempurnaan dari persaudaraan itu adalah saling mengajak kepada kebaikan dan mencegah kejahatan dan dosa.²⁵

Dari beberapa definisi dan pengertian komunikasi diatas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain melalui suatu media tertentu dengan tujuan untuk merubah pendapat, sikap dan prilaku orang lain tersebut.

Komunikasi sarana hubungan antar manusia baik individu maupun kelompok dalam kehidupan sehari-hari yang melibatkan sejumlah orang lain dimana seseorang ingin menyampaikan sesuatu kepada orang lain. Dalam proses tersebut dibutuhkan kecakapan komunikator dan komunikan dalam menerima dan mengartikan suatu pesan informasi serta meneruskan atau mengungkapkannya kepada orang lain, sehingga akhirnya pesan itu milik bersama.

Dalam komunikasi banyak bentuk komunikasi tersebut, yaitu: komunikasi intra pribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, komunikasi organisasi dan komunikasi massa.²⁶



²⁵ Zainal Arifin Zakaria, *Tafsir Inspirasi, Inspirasi Seputar Kitab Suci Al-Quran* (Medan: Duta Azhar, 2012) h. 71.

²⁶ Daryanto, *Ilmu Komunikasi (1)* (Bandung : CV. Yrama Widya, 2010), h. 29.

Tataran Komunikasi

1. Komunikasi intrapribadi merupakan sebuah proses yang terjadi pada diri sendiri. Yang terjadi dalam diri seseorang. Menjadi pusat perhatiannya adalah bagaimana jalannya proses pengolahan informasi yang dialami oleh seseorang melalui sistem syaraf dan indranya. karena Perjalanan proses komunikasi disini adalah melalui sistem syaraf dan inderanya. Teori komunikasi intrapribadi membahas mengenai proses membahas seputar ingatan, pemahaman dan interpretasi akan sesuatu objek yang diterima melalui panca indera.
2. Komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi antar pribadi atau perorangan dan bersifat pribadi baik yang terjadi secara langsung (tanpa medium) maupun tidak langsung (melalui medium). Meliputi percakapan langsung, melalui telephone. Memfokuskan pada sifat hubungan (*Relationship*), percakapan (*Discurse*), interaksi dan karakteristik komunikator. Teoti komunikasi antarpribadi umumnya memfokuskan pengamatannya pada bentuk dan sifat-sifat hubungan Kegiatan seperti percakapan melalui telepon, surat menyurat pribadi merupakan komunikasi antarpribadi.
3. Komunikasi kelompok merupakan interaksi diantara orang-orang dalam kelompok kecil. Komunikasi ini melibatkan komunikasi antar pribadi. Lebih menfokuskan kepada dinamika kelompok, efesiensi dan efektivitas penyampaian informasi dalam kelompok, pola dan bentuk interaksi serta pembuatan keputusan.
4. Komunikasi publik, merupakan komunikasi kelompok besar karena melibatkan komunikan khalayak besar sehingga sulit saling mengenal satu sama lain. Komunikasi ini sering berlangsung pada acara di Aula, Auditorioum, lapangan terbuka dan lain-lain. Dengan contoh rapat terbuka, Tablig Akbar yang bersifat satu arah.

5. Komunikasi organisasi merupakan komunikasi yang terjadi didalam dan jaringan organisasi. Melibatkan bentuk-bentuk komunikasi organisasi. Memfokuskan pada komunikasi yang menyangkut masalah struktur organisasi, fungsi organisasi, hubungan antar manusia, kebudayaan organisasi dan proses pengorganisasian.
6. Komunikasi massa merupakan proses komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang besar. Proses komunikasi massa melibatkan aspek-aspek komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi. Menggunakan media sebagai sarana penyampaian content pesan tersebut. Proses ini memfokuskan hal-hal yang berhubungan dengan masyarakat dan media, aspek budaya dari komunikasi massa dan dampak yang dilahirkan oleh komunikasi massa terhadap individu dan kelompok.

Selain itu komunikasi terbagi dalam beberapa jenis. Para sarjana komunikasi di Amerika Serikat membagi jenis komunikasi menjadi 5 (lima) yakni komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok kecil (*small group communication*), komunikasi organisasi (*organizational communication*), komunikasi massa (*mass communication*), dan komunikasi public (*public communication*). Sementara Joseph A. Devito membagi komunikasi menjadi empat yaitu komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok kecil, komunikasi publik dan komunikasi massa.

Ikhtisar mengenai lingkup ilmu komunikasi ditinjau dari komponennya, bentuk, sifat, metode, teknik, model, bidang dan sistemnya.

1. Komponen komunikasi
 - a. Komunikator (*communicator*)
 - b. Pesan (*message*)
 - c. Media (*media*)
 - d. Komunikan (*communicant*)

2. Proses komunikasi
 - a. Proses secara primer
 - b. Proses secara sekunder
3. Bentuk komunikasi
 - a. Komunikasi personal (*personal communication*)
 - 1) Komunikasi intrapersonal (*intrapersonal communication*)
 - 2) Komunikasi antarpersonal (*interpersonal communication*)
 - b. Komunikasi kelompok (*group communication*)
 - 1) Komunikasi kelompok kecil (*small group communication*)
 - a) Ceramah (*lecture*)
 - b) Diskusi panel (*panel discussion*)
 - c) Symposium (*symposium*)
 - d) Forum
 - e) Seminar
 - f) Curah saran (*brainstorming*)
 - 2) Komunikasi kelompok besar (*large group communication / public speaking*)
 - c. Komunikasi massa (*mass communication*)
 - 1) Pers
 - 2) Radio
 - 3) Televisi
 - 4) Film
 - d. Komunikasi media (*media communication*)
 - 1) Surat
 - 2) Telepon
 - 3) Pamflet
 - 4) Poster
 - 5) Spanduk
4. Sifat komunikasi

- a. Tatap muka (*face to face*)
 - b. Bermedia (*mediated*)
 - c. Verbal
 - 1) Lisan (*oral*)
 - 2) Tulisan/ cetak (*written/printed*)
 - d. Non verbal (*non-verbal*)
 - 1) Kias/isyarat badaniah (*gesture*)
 - 2) Bergambar (*pictorial*)
5. Metode komunikasi
- a. Jurnalistik (*journalism*)
 - 1) Jurnalistik cetak (*printed journalism*)
 - 2) Jurnalistik elektronik (*electronic journalism*)
 - 3) Jurnalistik radio (*radio journalism*)
 - 4) Jurnalistik televise (*television journalism*)
 - b. Hubungan masyarakat (*public relation*)
 - c. Periklanan (*advertising*)
 - d. Pameran (*exhibition/expotition*)
 - e. Publisitas (*publicity*)
 - f. Propaganda
 - g. Perang urat saraf (*ppsychologi warfare*)
 - h. penerangan
6. Teknik komunikasi
- a. Komunikasi informative (*informative communication*)
 - b. Komunikasi persuasife (*persuasive communication*)
 - c. Komunikasi instruktif (*instrukyive/coercive communication*)
 - d. Hubungan manusiawi (*human relations*)
7. Tujuan komunikasi
- a. Perubahan sikap (*attitude change*)
 - b. Perubahan pendapat (*opinion change*)

- c. Perubahan perilaku (*behaviore change*)
 - d. Perubahan sosial (*social change*)
8. Fungsi komunikasi
- a. Menyampaikan informasi (*to inform*)
 - b. Mendidik (*to educate*)
 - c. Menghibur (*to entertain*)
 - d. Mempengaruhi (*to influence*)
9. Model komunikasi
- a. Komunikasi satu tahap (*one step flow communication*)
 - b. Komunikasi dua tahap (*two step flow communication*)
 - c. Komunikasi multi tahap (*multi step flow communication*)
10. Bidang komunikasi
- a. Komunikasi sosial (*social communication*)
 - b. Komunikasi manajemen/organisasional (*manajement/organizational communication*)
 - c. Komunikasi perusahaan (*business communication*)
 - d. Komunikasi politik (*political communication*)
 - e. Komunikasi internasional (*international communication*)
 - f. Komunikasi antarbudaya (*intercultural communication*)
 - g. Komunikasi pembangunan (*development communication*)
 - h. Komunikasi lingkungan (*environmental communication*)
 - i. Komunikasi tradisional (*traditional communication*).²⁷

Komunikasi memiliki fungsi dan tujuan apabila dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita atau pesan tetapi sebagai

²⁷ Effendi, *Ilmu Komunikasi; Teori Dan Praktik* (Bandung: Rosda Karya, 2001) h. 6-9.

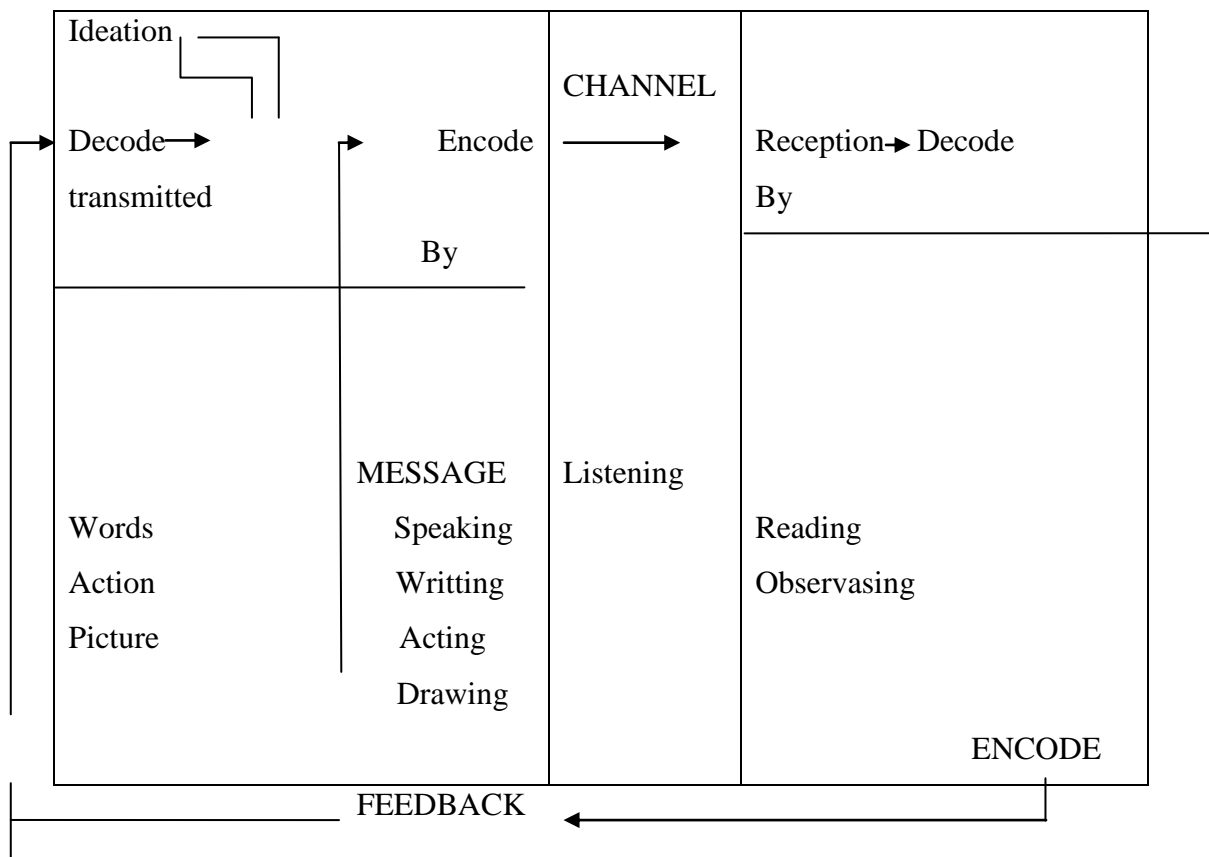
kegiatan individu dan kelompok melalui tukar-menukar data, fakta dan ide akan fungsinya dalam sistem sosial adalah sebagai berikut:²⁸

1. Informasi: pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, dan pesan opini dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang-orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
2. Sosialisasi (pemasarakatan): penyedia sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di masyarakat.
3. Motivasi: menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
4. Perdebatan dan diskusi: menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan dan penyelesaian perbedaan pendapat mengenai masalah public, menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kepentingan bersama di tingkat nasional dan lokal.
5. Pendidikan, pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
6. Memajukan kebudayaan : penyebaran hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetikanya.

²⁸ Onong Uchana Effendy, *Ilmu ...*, h. 9-10.

7. Intengrasi: menyediakan bangsa, kelompok dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang merekn perlukan agar mereka dapat saling kenal, mengerti dan menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.

Skema Model Komunikasi Antar Manusia



Sumber : Jerry W. Koehler, Karl W.E. Anatol L. Appibaum:
*Organizational Communication, Behavioral Perspectives.*²⁹

²⁹ Bungin, *Sosiologi*,...h. 255.

Dalam kehidupan sehari-hari, proses komunikasi selalu diawali oleh sumber (*source*), baik individu maupun kelompok yang berusaha berkomunikasi dengan individu atau kelompok lain.

Langkah pertama, yang dilakukan sumber adalah *ideation*, yaitu penciptaan suatu gagasan, atau seperangkat informasi yang akan diinformasikan.

Kemudian langkah kedua, suatu pesan adalah *encoding*, yaitu sumber menterjemahkan informasi tersebut melalui kata-kata, tanda-tanda atau lambang-lambang yang disengaja untuk menyampaikan informasi dan diharapkan mempunyai efek terhadap orang lain. Pesan atau *message* adalah alat-alat dimana sumber mengekspresikan gagasan dalam bentuk bahasa lisan, tulisan maupun perilaku nonverbal, seperti bahasa isyarat, ekspresi wajah gambar dan lain-lain.

Kemudian langkah ketiga merupakan proses komunikasi adalah penyampaian pesan yang telah disandi (*encode*). Sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan cara berbicara, menulis, menggambar ataupun melalui tindakan tertentu. Pada langkah ini kita mengenal istilah *channel* atau saluran yaitu alat-alat untuk menyampaikan suatu pesan. Saluran untuk komunikasi lisan adalah komunikasi tatap muka, radio dan telepon. Sedangkan saluran untuk komunikasi tertulis meliputi setiap materi yang tertulis ataupun sebuah media yang dapat memproduksi berupa kata-kata tertulis seperti, televisi, kaset video dan lain-lain. Sumber berusaha untuk membebaskan hambatan dan gangguan sehingga pesan dapat sampai kepada komunikan seperti yang dikehendaki.

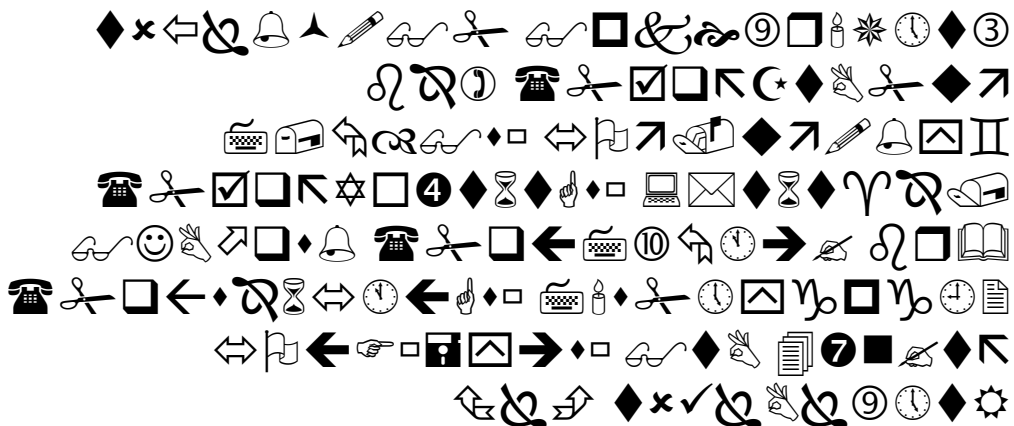
Kemudian langkah keempat selanjutnya adalah perhatian dialihkan kepada penerima pesan jika pesan itu bersifat lisan, maka penerima bersifat pendengar yang baik. Karena jika penerima tidak mendengar maka pesan tersebut akan hilang. Dalam proses ini penerima bersifat *decoding*, yaitu memberikan pengertian interpretasi terhadap pesan yang disampaikan kepadanya. Pemahaman (*understanding*) merupakan kunci untuk melakukan decoding dan hanya berlangsung dalam pikiran penerima. Dan penerimalah yang menentukan bagaimana memahami suatu pesan dan bagaimana pula memberikan respon terhadap pesan tersebut.

Kemudian langkah kelima, tahap terakhir dalam proses komunikasi adalah feed back atau umpan balik yang memungkinkan sumber mempertimbangkan kembali pesan yang telah disampaikannya kepada penerima. Respon atau umpan balik dari penerima terhadap pesan yang disampaikan sumber dapat berwujud kata-kata atau ataupun menyimpannya. Umpan balik inilah yang dijadikan landasan untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi.

K. Karakteristik Komunikasi Perspektif Islam

Di dalam bukunya Prof. Syukur Khalil dijelaskan, nilai-nilai etika dalam berkomunikasi. Ada empat nilai-nilai etika berkomunikasi menurut *Islam*, yaitu;

- 1) Bersifat jujur (*fairness*) yaitu tidak menyampaikan hal-hal yang tidak diketahui, adil dan tidak memihak, tidak bertentangan antara ucapan dan perbuatan, serta mempertimbangkan kewajaran dan kelayakan suatu informasi yang disampaikan atau yang disiarkan.
- 2) Keakuratan informasi yaitu hendaklah informasi yang disampaikan benar-benar akurat, terlebih di teliti secara teramat dan seksama. Komunikan harus senantiasa bersikap teliti dan hati-hati dalam menerima informasi, sehingga tidak merugikan orang lain. Firman Allah Swt Q.S Al-Hujarat/49: 6, yaitu:



Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu

musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.³⁰

- 3) Bebas dan bertanggung jawab yaitu dalam komunikasi yang islami, komunikator mempunyai kebebasan ataupun isyarat. Namun komunikator tidak dapat memaksakan kehendaknya kepada komunikan untuk menerimanya kendatipun informasi yang disampaikan mengandung nilai-nilai kebenaran. Tetapi kebebasan yang diberikan untuk menerima dan menyebarkan informasi haruslah dibarengi dengan rasa tanggung jawab baik isi maupun cara penyampaiannya untuk kemaslahatan ummat manusia.
- 4) Kritik yang membangun yaitu informasi yang diberikan hendaklah yang bersifat membangun sehingga dapat dijadikan sebagai ajuan atau pedoman bagi komunikator sebagai penyampai pesan maupun bagi komunikan sebagai penerima pesan untuk dijadikan materi perbaikan masa depan serta data. Kemudian pula dijadikan sebagai intrefeksi diri agar tidak terulang kembali perbuatan yang salah dimasa mendatang.

L. Prinsip Komunikasi Menurut Islam

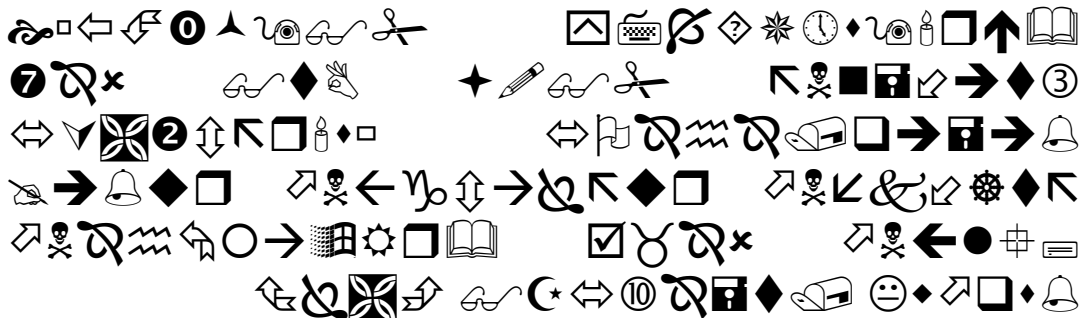
Komunikasi yang dilaksanakan oleh seorang komunikan tidak terlepas dari bahasa yang digunakan, bahasa Dakwah atau komunikasi yang diperintahkan Allah Swt dalam Al-qur'an dengan cara dan strategi tertentu. Komunikasi yang dianjurkan itu dengan cara lemah lembut, indah dan santun, karena dengan bahasa yang demikian akan membekas pada jiwa, memeberi harapan pada pendengar untuk dapat dikendalikan dan digerakkan kearah yang di inginkan oleh komunikan.

Dalam Al-qur'an, terdapat beberapa model komunikasi yang dijadikan pedoman dalam berkomunikasi atau berdakwah, yaitu:

- a. *Qaulān Al-balighā* (perkataan yang membekas pada jiwa)

³⁰ Departemen Agama RI, *Al-qur'an Dan...*, h. 412.

Model komunikasi *Qaulān Al-balighā* terdapat pada Q.S An-Nisa/4: 63, yaitu:



Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan Katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka³¹

Maksud dari ayat diatas perilaku orang munafik ketika diajak untuk memahami hukum Allah Swt, ketika mereka mendapatkan kesenangan maka mereka lupa kepada Allah Swt dan menghalangi orang lain untuk taat kepada sang pencipta, namun ketika mereka mendapatkan sedikit musibah barulah mereka datang untuk memohon perlindungan dan pertolongan dari Allah Swt. Kondisi orang-orang munafik seperti ini sangat membutuhkan penjelasan, penerangan serta pelajaran dengan cara yang membekas pada jiwa mereka dan mengesankan.

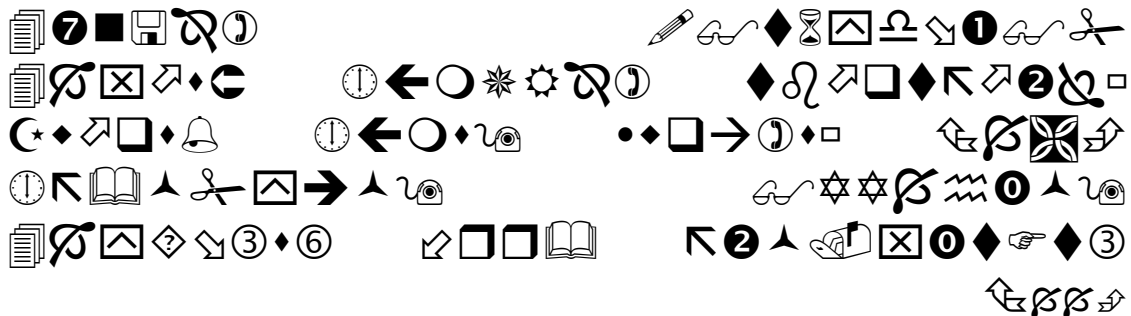
Merujuk dari asal katanya *al-baligha* yang artinya sampai atau *fasih*, maka untuk berkomunikasi dengan orang munafik diperlukan komunikasi yang efektif yang dapat menggugah hatinya dan jiwanya yang paling dalam, karena pada diri orang munafik terpendam rasa dusta, khianat, dan ingkar janji, maka kalau hatinya tidak tersentuh dengan sejuak maka akan sulit untuk menundukkan jiwa dan hatinya yang fitrah.³²

b. *Qaulān Al- layyinā* (perkataan yang lembut)

³¹ Departemen Agama RI, *Alqur'an Dan...*, h. 70

³² H. Munzeir Suparta dan H. Harjani Hefni (ed), *Metode Dakwah* (Jakarta: Rahmad Semesta, 2006), h. 167.

Term *Qaulān Al-layyinā* terdapat pada Q.S Thaha/20: 43-44, yang secara harfiah yang diartikan sebagai komunikasi secara lemah lembut. Berkomunikasi atau berbicara secara lemah lembut adalah perintah Allah Swt kepada nabi Musa dan Harun yang menyampaikan *Tabsyir* dan *izhar* kepada Fir'aun dengan perkataan yang lemah lembut (*Qaulān Al-balighā*) karena pada saat itu Fir'aun telah memengang kekuasaan dengan melampaui batas, karena itu Musa dan Harun merasa cemas untuk bertemu dengan raja Fir'aun yang kejam, sebab itu Allah SWT memerintahkan untuk berkata lemah lembut, firman dalam Q.S Thaha/20: 43-44



43. Pergilah kamu berdua kepada Fir'aun, Sesungguhnya dia Telah melampaui batas
 44. Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut.³³

Dalam menghadapi penguasa yang tirani. Al-qur'an mengajarkan agar komunikasi dengan lemah lembut dan menyejukkan, tidak bersifat kasar dan lantang mengandalkan kekuasaan yang memiliki, karena akan memancing sifat egois dan respon yang kurang menguntungkan, sehingga peluang untuk menyampaikan pesan berupa dialog menjadi terlambat. Komunikasi yang dilandasi dengan kecurigaan dan tidak saling pengertian akan membawa kepada jurang pemisah yang lebih dalam, sehingga komunikasi atau dakwah tidak berjalan dengan baik atau lancar.

c. *Qaulān Al-Ma'rufān* (perkataan yang baik)

³³ Departemen Agama RI, *Al-qur'an Dan...*, h.251.

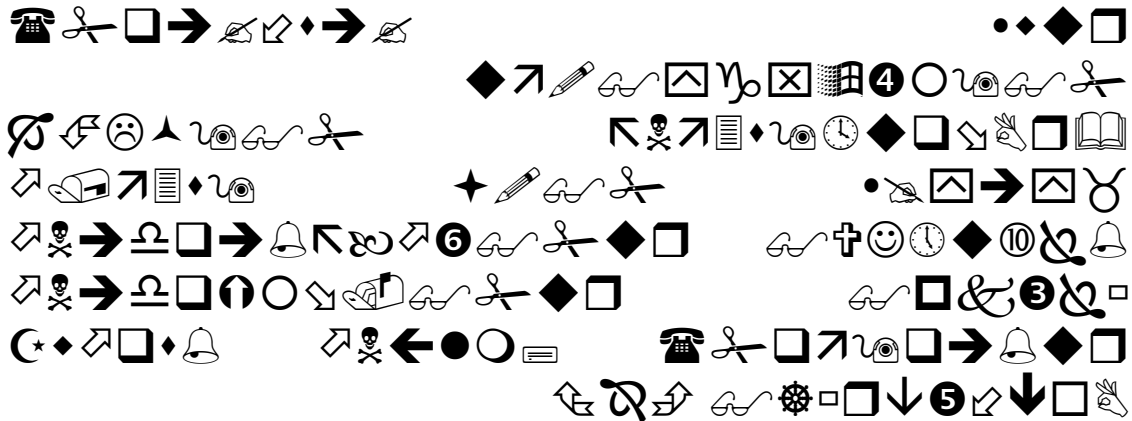
Secara sederhana *Qaulān Al-Ma'rufān* dapat diterjemahkan secara etimologi adalah *al-khair* atau *ihsan*, yang berarti baik-baik. Jadi *Qaulān Al-Ma'rufān* mengandung makna perkataan atau ungkapan yang pantas baik. Ungkapan *Qaulān Al-Ma'rufān* terdapat dalam Q.S Al-Baqarah/2: 235, yaitu:



Dan tidak ada dosa bagi kamu meminang wanita-wanita itu dengan sindiran atau kamu menyembunyikan (keinginan mengawini mereka) dalam hatimu. Allah mengetahui bahwa kamu akan menyebut-nyebut mereka, dalam pada itu janganlah kamu mengadakan janji kawin dengan mereka secara rahasia, kecuali sekedar mengucapkan (kepada mereka) perkataan yang ma'ruf. dan janganlah kamu ber'azam (bertetap hati) untuk beraqad nikah, sebelum habis 'iddahnya. dan Ketahuilah bahwasanya Allah

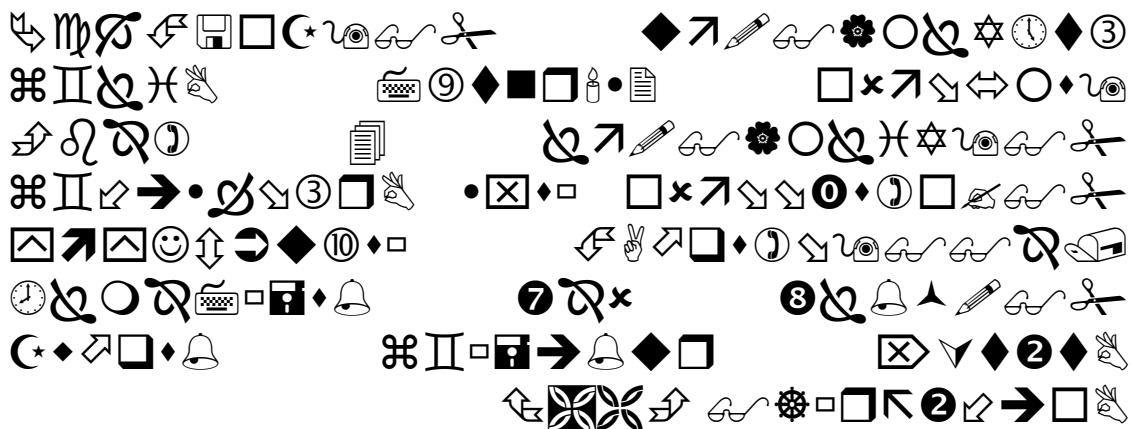
mengetahui apa yang ada dalam hatimu; Maka takutlah kepada-Nya, dan Ketahuilah bahwa Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyantun³⁴

Kemudian *Qaulān Al-Ma'rufān* juga terdapat pada Q.S An-Nisa/4 :5, yaitu:



Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum Sempurna akal nya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan Pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik.³⁵

Q.S Al-Ahzab/33: 32, yaitu:



³⁴ Ibid..., h. 30.

³⁵ Ibid..., h. 61.

Hai isteri-isteri nabi, kamu sekalian tidaklah seperti wanita yang lain, jika kamu bertakwa. Maka janganlah kamu tunduk dalam berbicara sehingga berkeinginanlah orang yang ada penyakit dalam hatinya dan ucapkanlah perkataan yang baik,³⁶

Selanjutnya Jalaluddin Rahmat menjelaskan bahwa *qaulan al-ma'rufan* adalah perkataan yang baik. Allah Swt menggunakan kata ini ketika berbicara tentang kewajiban orang-orang kaya atau orang kuat terhadap orang-orang yang miskin atau lemah. *Qaulān Al-Ma'rufān* berarti pembicaraan yang bermamfaat, memberikan pengetahuan, mencerahkan pemikiran, menunjukkan pemecahan terhadap kesulitan kepada orang lemah, jika kita tidak dapat membantu secara material, kita harus membantu proses komunikasi secara psikologis.³⁷

d. *Qaulān Al-Maisyurā* (perkataan yang ringan)

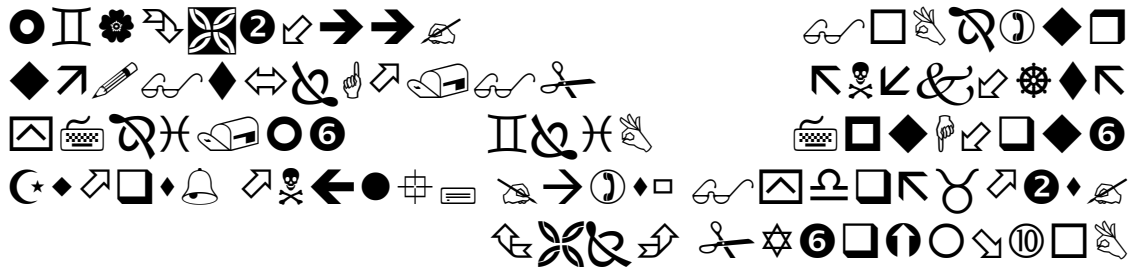
Kalimat *al-Maisyurā* berasal dari kata *yasr*, yang artinya mudah. Jadi *Qaulān Al-Maisyurā* adalah lawan kata dari *al-ma'sura*, yaitu perkataan yang sulit. Sebagai bahasa komunikasi, *Qaulān Al-Maisyurā* artinya perkataan yang mudah di terima, dan ringan, yang pantas, yang tidak berliku-liku.

Dakwah dengan *Qaulān Al-Maisyurā* berarti pesan yang disampaikan itu sederhana, mudah di mengerti dan dapat di pahami secara spontan tanpa harus berfikir dua kali, pesan dakwah seperti ini tidak memerlukan *dalil naqli* maupun argument dan logika yang mendalam. Dengan demikian dapat di katakan bahwa informasi yang di sampaikan hendaklah merupakan ucapan yang layak dan baik untuk diucapkan.³⁸ Hal ini sebagaimana firman Allah Swt yang terdapat pada Q.S Al-Al-Is'ra/17: 28, yaitu:

³⁶ *Ibid...*, h. 337

³⁷ Djalaluddin Rachmat, *Islam Aktual* (Bandung: Mizan, 1996), h. 83.

³⁸ S. Salahuddin Suyurno, Hajaimah, Hj. Ismail, Ali Faezah Ramlan, *Islam dan komunikasi* (Malaysia: Iniversiti UPENA, 2007), h. 63.



Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, Maka Katakanlah kepada mereka Ucapan yang pantas .³⁹

Dakwah dengan pendekatan *Qaulān Al-Maisyurā* harus menjadikan pertingan yang matang bagi seorang *da'i* untuk menentukan *mad'u*, apakah orang tua atau kelompok orang tua yang merasa di tuakan, atau orang yang merasa di zalimi haknya oleh orang lain yang lebih kuat dalam berbagai hal, maupun masyarakat yang secara social berada di bawah garis kemiskinan.⁴⁰

e. *Qaulān Al-Karīmā* (perkataan yang mulia)

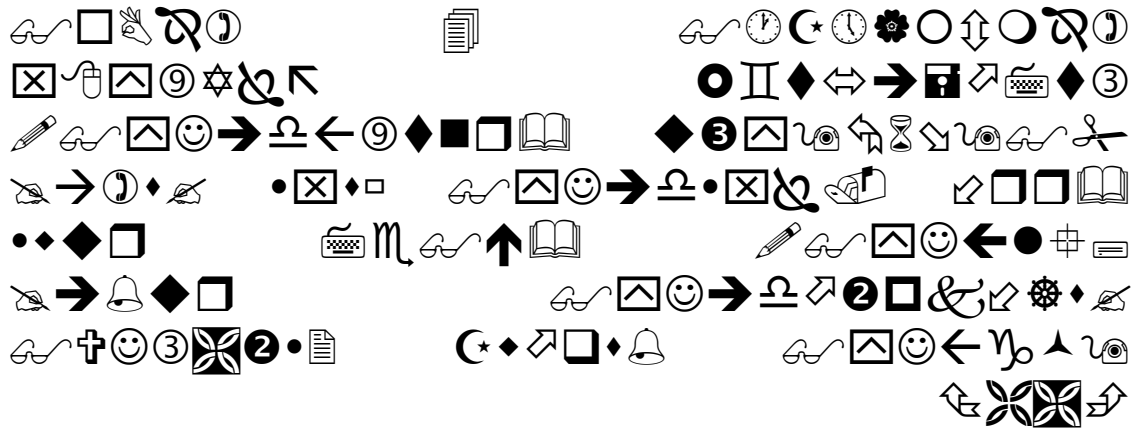
Dalam menyampai pesan dakwah hendaklah berupa perkataan perkataan yang mulia, termasuk di dalamnya menjauhkan diri dari pada mengupat, membuat fitnah, mengadu domba, bongkak, sombong dan takabbur.

Dakwah dengan *Qaulān Al-Karīmā*, sasarannya adalah orang yang telah lanjut usia, maka pendekatan yang digunakan adalah dengan perkataan yang mulia, santun, penuh penghormatan dan penghargaan tidak menggurui serta tidak perlu retorika yang meledak-ledak. Bentuk perkataan *Qaulān Al-Karīmā* terdapat dalam Q.S Al-Isra/17: 23, yaitu:



³⁹ Departemen Agama RI, *Al-qur'an Dan...*, h. 227.

⁴⁰ H. Munzeir Suparta dan H. Harjani Hefni, *Metode*, h. 169.



Dan Tuhanmu Telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, Maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia⁴¹

Dalam perspektif dakwah maka term *Qaulān Al-Karīmā* ditujukan kepada orang yang sudah lanjut usia, maka perlakuan yang dipergunakan hendaknya dianggap seperti orang tua kita sendiri, yakni tidak boleh berkata kasar, menyinggung perasaannya, kendatipun memang tidak ada jaminan bahwa orang yang sudah tua tidak memiliki kesalahan dan kekhilafan baik perkataan maupun perbuatannya, namun untuk memberikan dakwah berupa perubahan sikap atas kesalahannya hendaklah dilakukan dengan *bil-hikmah* dan penuh dengan kasih sayang yang dilandasi dengan *Qaulān Al-Karīmā*

M. Komunikasi Antarpribadi

Dalam catatan sejarah yang jauh lebih luas para ilmuwan komunikasi telah menempatkan studi mengenai komunikasi antarpribadi ke dalam bidang yang lebih luas mengenai komunikasi dan sebagai fokus studi ke dalam *speech communication*.

⁴¹ Departemen Agama RI, *Al-qur'an Dan...*, h. 227

Studi komunikasi antarpribadi mulai berkembang secara besar-besaran di Amerika Serikat sejak tahun 1960-an.

Diawal tahun 1990-an, Georg Simmel (1908-1950) telah melakukan observasi secara cermat mengenai komunikasi antarpribadi yang sampai sekarang masih diperdebatkan meliputi konsep-konsep seperti *Reciprocal Knowledge, Characteristics Of The Dyad, Interaction, Rituals, Secrecy, Lies And Truth, Dan Types Of Social Relationships*.⁴²

Tahun 1920-an dan 1930-an banyak para intelektual studi komunikasi antarpribadi telah disemai. Elton Mayo dan para koleganya dari *Harvard business scholl* menemukan kekuatan potensial mengenai interaksi sosial dan hubungan-hubungan di tempat kerja.

Komunikasi antarpribadi merupakan pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek dan *Feedback* yang langsung.⁴³ Joseph Devito dalam bukunya yang diterjemahkan oleh Agus Maulana yang berjudul *Komunikasi Antar Manusia* mendefenisikan komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang terjadi di antara dua orang yang mempunyai hubungan yang jelas di antara mereka.⁴⁴

Wardani mengemukakan bahwa komunikasi *interpersonal* dapat di defenisikan sebagai komunikasi yang berlangsung secara informal antar dua orang individu.⁴⁵ Menurut Arni komunikasi *interpersonal* adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui sebaliknya. Pesan mulai dan berakhir dalam diri individu masing-masing komunikasi *interpersonal* mempengaruhi komunikasi dan hubungan dengan orang lain.⁴⁶

⁴² Muhammad Budiyatna, *Teori Komunikasi Antarpribadi* (Jakarta: Kencana, 2011) h. 21.

⁴³ Dassrun Hidayat, *Komunikasi Antar Pribadi Dan Medianya, Fakta Penelitian Fenomenologi Orang Tua Karir Dan Anak Remaja* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 41.

⁴⁴ *Ibid.*, h. 50

⁴⁵ Igak Wardani, *Teori Belajar, Motivasi dan Keterampilan Mengajar* (Jakarta: PAU-PPAI universitas terbuka, 1997).

⁴⁶ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), h. 7.

Kemudian Tubbs, dan Moss menyebutkan komunikasi *interpersonal* adalah komunikasi personal tatap muka berlangsung secara dialogis sambil saling menatap sehingga terjadi kontak pribadi. Dalam situasi tatap muka, para ahli komunikasi menganggap jenis komunikasi *interpersonal* merupakan komunikasi yang paling efektif untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku seseorang.⁴⁷

Pance and Boren dikutip oleh Pace and Faules menyatakan bahwa hubungan *Interpersonal* akan berhasil bila melakukan hal-hal berikut ini: (1) menjaga kontak pribadi yang akrab tanpa menumbuhkan perasaan bermusuhan, (2) menetapkan dan menegaskan identitas dan dalam hubungan dengan orang lain tanpa membesar-besarkan ketidaksepakatan, (3) menyampaikan informasi kepada orang lain tanpa menimbulkan kebingungan, kesalahpahaman, penyimpangan atau perubahan lainnya yang di sengaja, (4) terlibat dalam pemecahan masalah yang terbuka tanpa menimbulkan sikap bertahan atau menghentikan proses, (5) membantu orang-orang lainnya untuk mengembangkan gaya hubungan personal dan antar personal yang efektif, dan (6) ikut serta dalam interaksi sosial informal tanpa terlibat dalam muslihat atau gurauan atau hal-hal lainnya yang mengganggu komunikasi yang menyenangkan. Selanjutnya dinyatakan bahwa ada enam kebutuhan *interpersonal*, yaitu: keterterimaan, hubungan, pergaulan, penghargaan, pengendalian dan pengaruh.⁴⁸

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah komunikasi perorangan yang bersifat pribadi baik secara langsung tanpa medium maupun tidak langsung melalui medium. Contohnya, percakapan tatap muka (*face to face communication*), percakapan melalui telepon, surat menyurat secara pribadi. Teori komunikasi antarpribadi umumnya menfokuskan pengamatannya pada bentuk-bentuk dan sifat hubungan (*relationship*), percakapan (*discourse*), interaksi dan karakteristik komunikator.

⁴⁷ Stewarr Tubbs, Silvia Moss, *Human Communication (Prinsip-prinsip Dasar)*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), h. 35.

⁴⁸ R Wayne Pace dan F. Faules, *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, terj. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1993).

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih yang dapat berlangsung secara tatap muka maupun menggunakan media atau alat bantu seperti telepon, surat dan sebagainya. Effendi mengatakan bahwa komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang berlangsung secara dialogis sehingga terjadi kontak pribadi.⁴⁹

Joseph A. DeVito mendefinisikan komunikasi antarpribadi sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antar dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.⁵⁰

Liliweri mengemukakan bahwa komunikasi antarpribadi merupakan suatu proses sosial dimana orang-orang yang terlibat di dalamnya saling mempengaruhi.⁵¹ Kemudian William F. Gluck dalam bukunya yang berjudul: “*Manajemen*”, menyatakan bahwa *interpersonal communication* atau komunikasi antarpribadi yaitu proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih didalam suatu kelompok kecil.⁵²

Komunikasi antarpribadi banyak membahas tentang bagaimana suatu hubungan dimulai, di pertahankan atau mengalami kemunduran. Sub pembahasan dalam komunikasi antarpribadi antara lain, keluarga, pertemanan, pernikahan dan lain-lain.

Pada hakikatnya komunikasi antarpribadi juga memiliki fungsi dan tujuan sebagaimana fungsi dan tujuan ilmu-ilmu lainnya. Seperti fungsi komunikasi adalah mengendalikan lingkungan guna mendapatkan imbalan-imbalan tertentu berupa fisik, ekonomi dan sosial. Sebagai fungsi utama dalam komunikasi antarpribadi adalah mengenai pengendalian lingkungan guna mendapatkan imbalan seperti dalam bentuk fisik, ekonomi dan sosial. Keberhasilan yang relatif dalam melakukan pengendalian lingkungan melalui komunikasi menambah kemungkinan menjadi bahagia,

⁴⁹ Onong Uchana Effendy, *Ilmu ...*h. 125.

⁵⁰ Riyono Pratikto, *Berbagai Aspek Ilmu Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1987), h. 42.

⁵¹ Alo Liliweri, *Komunikasi Antarpribadi* (Bandung: PT. Citra Aditiya Bakti, 1996), h. 12.

⁵² A.W Widjaja, *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta: Bina Aksara, 1986), h. 8.

kehidupan pribadi yang produktif. Kegagalan relative mengarah kepada ketidakbahagiaan yang akhirnya bias terjadi krisis identitas diri.

Komunikasi antarpribadi juga memiliki fungsi ganda, berdimensi ganda dan berperasaan ganda. Termotivasi oleh tujuan-tujuan instrumental, relasional dan identitas. Mencoba menyelesaikan tujuan-tujuan ganda seperti menyusun dan mengatur pembicaraan, penciptaan pesan, pengungkapan emosi dan komunikasi relational.

Komunikasi antarpribadi terdiri dari perilaku strategis dan non strategis. Sifatnya yang berorientasi pada tujuan. Kebanyakan komunikasi antarpribadi diperankan secara sadar dan sengaja untuk mencapai fungsi-fungsi ganda dan menegosiasi yang hadir menyampaikan dan menerima permintaan-permintaan. Hal ini dikerjakan oleh apa yang dinamakan perilaku-perilaku strategis, yaitu strategis dalam arti mencerminkan rencana-rencana skala besar dan tujuan-tujuan sebagai kebalikan dari kebiasaan perilaku khusus atau taktik. Komunikasi antarpribadi memerlukan kesadaran yang tinggi dan aktivitas yang terencana.

Komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi yang prosesnya memungkinkan berlangsungnya secara dialogis. Komunikasi dialogis adalah bentuk komunikasi antarpribadi yang menunjukkan terjadinya intraksi. Mereka yang terlibat dalam komunikasi bentuk ini berfungsi ganda, masing-masing menjadi pembicara dan pendengar secara bergantian. Dalam proses komunikasi dialogis terlihat adanya upaya dari pelaku komunikasi untuk terjadinya pengertian bersama (*mutual understanding*) dan empati.

Komunikasi antarpribadi sangat potensial untuk menjalankan fungsi instrumental sebagai alat untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena kita dapat menggunakan kelima alat indera untuk mempertinggi daya bujuk pesan yang kita komunikasikan kepada komunikasi kita. Bertemu langsung dengan komunikasi adalah cara yang paling ampuh untuk mempengaruhi dan memberikan pencerahan kepada orang lain. Sebagai contoh, mahasiswa akan lebih cepat menerima pelajaran langsung dari dosennya dari pada membaca buku walaupun buku tersebut di tulis

oleh penulis handal sekalipun. Pertemuan yang secara langsung akan memberikan pengaruh langsung pula terhadap komunikannya.

Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapanpun, selama manusia mempunyai emosi. Kenyataannya komunikasi tatap-muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya, berbeda dengan komunikasi dengan menggunakan media massa seperti surat kabar, televisi.

Derajat keakraban dalam komunikasi antarpribadi dialogis pada situasi tertentu bisa berbeda. Komunikasi *horizontal* selalu menimbulkan derajat keakraban yang lebih tinggi ketimbang komunikasi *vertical*. Yang dimaksud *horizontal* adalah komunikasi antar orang-orang yang memiliki kesamaan dalam apa yang disebut Wilbur Schramm, *Frame of reference* (kerangka referensi) yang kadang-kadang dinamakan juga *field of experience* (bidang pengalaman). Para pelaku komunikasi yang mempunyai kesamaan dalam *frame of reference/field of experience* itu adalah mereka yang sama atau hampir sama dalam tingkat pendidikan, jenis profesi atau pekerjaan, agama, bangsa, hobi, ideology, dan lain sebagainya.

Jika dibanding dengan bentuk komunikasi lainnya, komunikasi antarpribadi dinilai paling baik dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan. Alasannya, komunikasi antarpribadi dilakukan secara tatap muka dimana antara komunikator dan komunikan saling terjadi kontak pribadi, pribadi komunikator menyentuh pribadi komunikan, sehingga akan ada umpan balik yang seketika (bisa dalam bentuk perkataan, ekspresi wajah ataupun *gesture*).

Proses komunikasi antarpribadi mempunyai keunikan, selalu dimulai dari proses hubungan yang bersifat Psikologi selalu mengakibatkan keterpengaruhan. Komunikasi ini lah yang dianggap sebagai suatu teknik psikologis manusiawi. Dalam komunikasi antarpribadi melalui tatap muka ini digunakan sebagai isyarat. *Verbal* dan *non verbal*.

Tidak banyak masyarakat dapat melakukan komunikasi yang dikarakterisasikan dengan komunikasi antarpribadi. Karena semua orang berbeda

dalam kemampuannya melakukan komunikasi antarpribadi. Kemudian pula terdapat perbedaan antar komunikasi antarpribadi dengan hubungan antarpribadi. Komunikasi antarpribadi terjadi jika seseorang berdasarkan prediksinya tentang reaksi orang lain dengan data psikologi. Sedangkan hubungan antarpribadi memerlukan paling sedikit dua orang berkomunikasi secara antarpribadi.

Apabila prediksi mengenai hasil komunikasi terutama didasarkan pada tingkat analisis kultural dan sosiologis maka komunikator terlibat dalam komunikasi non-antarpribadi. Apabila prediksi terutama didasarkan pada tingkat analisis psikologis, maka komunikator terlibat dalam komunikasi antarpribadi.

Pada tingkat yang non-antarpribadi yaitu kultural dan sosiologis, prediksi mengenai hasil-hasil komunikasi dapat disamakan generalisasi rangsangan atau *stimulus generalization*. Individu yang melakukan prediksi yang mencari persamaan diantara para komunikator lainnya. misalnya, atas dasar pengetahuan tentang seorang profesor, seorang dapat menggeneralisasikan bahwa profesor disemua perguruan tinggi memiliki gelar sarjana tinggi, terikat pada ilmu pengetahuan dan mampu menjadi promotor mahasiswa.

Komunikasi antarpribadi dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran makna antar orang-orang yang saling berkomunikasi dan komunikasi terjadi secara tatap muka (*face to face*) antar dua individu. Dalam pengertian tersebut terkandung tiga aspek: Pertama, pengertian proses, yaitu mengacu pada perubahan dan tindakan yang berlangsung terus-menerus. Kedua, komunikasi antarpribadi merupakan suatu pertukaran, yaitu tindakan menyampaikan dan menerima pesan secara timbal balik. Ketiga, mengandung makna yaitu sesuatu yang dipertukarkan dalam proses tersebut, adalah kesamaan pemahaman diantara orang-orang yang berkomunikasi terhadap pesan-pesan yang digunakan dalam proses komunikasi.

Sebagai kebalikannya, pada tingkat antarpribadi prediksi dengan dasar psikologi tentang hasil komunikasi dapat disamakan dengan perbedaan rangsangan atau *stimulus generalization*. Seseorang melakukan prediksi dengan mencari perbedaan-perbedaan yang relevan pada komunikator lainnya. Apabila prediksi

didasarkan pada pembedaan rangsangan dan bukan pada generalisasi rangsangan berkenaan dengan profesor tertentu, maka kita dapat bertanya pada diri kita bagaimana profesor itu berbeda dengan profesor-profesor lainnya dengan siapa kita menerima pelajaran. Dari penjelasan definisi ini dapat ditarik sebuah pemahaman bahwa komunikasi antarpribadi meliputi komunikasi yang dilakukan secara pribadi, dengan *feedback* langsung dan dapat menimbulkan efek langsung.

Hubungan dalam komunikasi antarpribadi terbina melalui tahap-tahap. menumbuhkan keakraban secara bertahap, melalui langkah atau tahap. Kelima tahap ini adalah kontak, keterlibatan, keakraban, perusakan, dan pemutusan. Tahap-tahap ini menggambarkan hubungan seperti apa adanya. Tahap-tahap ini tidak mengevaluasi atau menguraikan bagaimana seharusnya hubungan itu berlangsung, tahap-tahap ini antara lain:⁵³

- a. Kontak, pada tahap pertama kita membuat kontak, ada beberapa macam persepsi alat indra (melihat, mendengar, membaui seseorang). Menurut beberapa riset selama tahap inilah dalam empat menit pertama intraksi awal. Pada tahap ini penampilan fisik begitu penting karena dimensi fisik paling terbuka untuk diamati secara mudah. Namun demikian, kualitas-kualitas lain seperti sikap bersahabat, kehangatan, keterbukaan dan dinmisme juga terungkap pada tahap ini. Jika anda menyukai orang ini dan ingin melanjutkan hubungan maka akan beranjak ke tahap dua.
- b. Keterlibatan, tahap keterlibatan adalah tahap pengenalan lebih jauh, ketika kita mengikatkan diri kita untuk mengenal orang lain dan juga mengungkapkan diri kita, jika ini adalah hubungan yang romantic, maka ini di sebut tahap kencan.
- c. Keakraban, pada tahap keakraban, kita mengikat diri lebih jauh dengan orang lain. Hubungan dalam keakraban disebut sebagai hubungan primer (*primary relationship*), dimana orang menjadi shabat baik atau kekasih.

⁵³ Joseph A.Devito, *Komunikasi Antar Manusia* (Jakarta: Professional Books, 1997), h. 233-235.



30. Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi." mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui."

31. Dan dia mengajarkan kepada Adam nama-nama (benda-benda) seluruhnya, Kemudian mengemukakannya kepada para malaikat lalu berfirman: "Sebutkanlah kepada-Ku nama benda-benda itu jika kamu mamang benar orang-orang yang benar!"⁵⁴

N. Tujuan Komunikasi Antarpribadi

Pada setiap proses komunikasi memiliki tujuan tertentu sebagai efek yang akan ditimbulkan oleh pesan yang akan disampaikan tersebut. komunikasi

⁵⁴ Departemen Agama RI, *Alquran Dan...*, h. 6

antarpribadi juga memiliki tujuan agar komunikasi antarpribadi tetap berjalan dengan baik. Adapun tujuan dari komunikasi antarpribadi adalah sebagai berikut:⁵⁵

a. Menemukan Diri Sendiri

komunikasi antarpribadi adalah proses penemuan diri sendiri atau pribadi. Bila kita terlibat dalam pertemuan interpersonal dengan orang lain kita belajar banyak sekali tentang diri kita maupun orang lain. Komunikasi antarpribadi memberikan kesempatan pada kita untuk berbicara tentang apa yang kita sukai, atau mengenai diri kita sukai, atau mengenai diri kita. Menarik dan mengasyikkan bila berdiskusi mengenai perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita sendiri. Dengan membicarakan diri kita dengan orang lain, kita memberikan sumber balikan yang luar biasa pada perasaan, pikiran dan tingkah laku kita.

b. Mengetahui Dunia Luar

Dalam komunikasi antarpribadi setiap individu mampu mengetahui dan memahami lebih banyak tentang diri kita dan orang lain yang berkomunikasi dengan kita. Banyak informasi yang kita ketahui di dapat dari komunikasi antarpribadi, meskipun banyak informasi yang kita terima dari media massa, namun pada akhirnya informasi tersebut sering sekali di diskusikan yang kemudian di pelajari atau di dalam melalui interaksi interpersonal. Tidak dapat di pungkiri bahwa komunikasi antarpribadi menjadikan individu semakin leluasa mendapatkan informasi.

c. Menciptakan dan Memelihara Hubungan Menjadi Bermakna

Melakukan hubungan antarpribadi merupakan silaturahmi yang membentuk dan memelihara hubungan baik dengan orang lain. Banyaknya waktu yang kita pergunakan dalam komunikasi antarpribadi diabadikan untuk membentuk dan menjaga hubungan social dengan orang lain atau human relation. Semakin sering kita melakukan komunikasi antarpribadi maka peluang untuk memelihara hubungan akan terbuka lebar dan bermakna positif.

⁵⁵ Marhaeni Fajar, *Ilmu*, h. 78-80.

d. Mengubah Sikap dan Perilaku

Komunikasi antarpribadi secara cepat atau perlahan akan mampu mengubah sikap dan tingkah laku orang lain. Dengan adanya komunikasi ini, maka diharapkan terjadi perubahan perilaku yang negative menjadi positif untuk menunjang perubahan. Secara tujuan, dalam komunikasi antarpribadi adalah untuk merubah sikap dan perilaku komunikannya kepada apa yang diharapkan oleh komunikator. Dalam hal ini efek yang akan ditimbulkan oleh komunikasi adalah pandangan pertama yang akan dilihat komunikator dalam proses penyampaian pesan.

e. Untuk Bermain dan Mencari Hiburan

Salah satu tujuan komunikasi adalah entertaint atau hiburan. Pada komunikasi antarpribadi juga terdapat tujuan ini. Bermain dalam makna disini adalah mencakup semua aktivitas yang mempunyai tujuan utama yaitu mencari kesenangan. Berbicara dengan memulai percakapan dengan obrolan basa-basi dari hal yang ringan. Pada umumnya hal ini adalah merupakan pembicaraan yang menghabiskan waktu. Dengan melakukan komunikasi antarpribadi semacam ini dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang memerlukan rileks dan semua keseriusan di lingkungan kita. Kejenuhan dalam pikiran akan hilang jika melakukan komunikasi antarpribadi yang secara ringan di isi oleh pesan-pesan yang sederhana dan terkesan obrolan ringan.

O. Proses Komunikasi Antarpribadi

a) Komunikator

Komunikasi antarpribadi umumnya berlangsung secara tatap muka (*face to face*). Sehingga antar komunikator dan komunikan terjadi kontak pribadi (*personal contact*). Ketika komunikan menyampaikan pesan, umpan balik berlangsung seketika (*immediate feedback*). Komunikator dapat mengetahui tanggapan langsung saat berkomunikasi terhadap komunikan. Seperti ekspresi wajah dan gaya bicara komunikan, apabila umpan baliknya positif, artinya tanggapan komunikan

menyenangkan, tentu komunikator akan mempertahankan cara komunikasinya. Sebaliknya jika tanggapan negative, komunikator dapat mengubah gaya komunikasi sampai komunikasi yang disampaikan komunikator berhasil.⁵⁶

Proses komunikasi antarpribadi dapat mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan. Disebabkannya sering sekali dalam komunikasi antarpribadi dilakukan secara *persuasif* (*persuasive communication*). Pendekatan *persuasif* dalam bentuk komunikasi antarpribadi menggunakan teknik psikologis manusiawi: sifatnya halus, luwes berupa ajakan. Bujukan atau rayuan. Tindakan mempengaruhi orang lain merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari. Dalam komunikasi antarpribadi komunikator berusaha mempengaruhi komunikan agar komunikan memahami informasi yang disampaikan.⁵⁷

Dalam komunikasi antarpribadi komunikator berkepentingan untuk mewujudkan tujuannya yaitu mempengaruhi sikap dan serta tingkah laku komunikannya. Lambang-lambang (pesan) akan diartikan dan ditafsirkan sama (convergen). selanjutnya tujuan komunikasi adalah terwujudnya partisipasi dalam bentuk perubahan dan pembentukan sikap dari komunikan sesuai dengan tujuan yang tidak ditentukan pihak komunikator.⁵⁸

Dalam proses komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) yang melibatkan dua orang dalam situasi interaksi, komunikator merancang dan memilih pesan untuk disampaikan kepada komunikan, dan komunikan menerima pesan. Sampai disitu komunikator menjadi *coder* dan komunikan menjadi *inkonder*.⁵⁹

b) Pesan

⁵⁶ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu*, h. 62.

⁵⁷ Dedi Mulyana, *Ilmu Komunikasi....* h. 73.

⁵⁸ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*. Cet. 2 (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), h. 19-20.

⁵⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu,....*h. 14.

Pada proses menyampaikan dan mengolah pesan hendaklah diolah sedemikian rupa agar tidak terjadi mis-komunikasi antara penyampai dengan penerima pesan. Pesan yang disampaikan dapat berupa verbal dan nonverbal disesuaikan dengan kondisi dan keadaan, sehingga menimbulkan daya tarik pesan berupa ketertarikan, keseriusan, keharuan, rasionalitas, argumentatif bahkan emosional bagi penerima pesan, keterkaitan pesan dengan ulasan yang disampaikan sangat tergantung kepada kemahiran, ilmu pengetahuan serta sikap dan keutuhan kepada seseorang komunikan.

c) Media

Media atau saluran ialah alat yang digunakan memindahkan pesan dari komunikator kepada komunikan. Para ilmuwan social menyepakati dua tipe media atau saluran: pertama, *sensory channel*, yakni saluran yang memindahkan pesan sehingga akan ditangkap oleh lima indera, yaitu mata, telinga, tangan, hidung dan lidah. Lima saluran sensoris itu adalah cahaya, bunyi, peradaban dan rasa. Kedua, *institutionalized means* yaitu saluran yang sudah sangat dikenal dan digunakan manusia, misalnya percakapan tatap muka, material dan media elektronik.⁶⁰

d) Komunikan

Komunikan adalah orang yang menerima pesan dari komunikator yang sering disebut dengan istilah menerima (*receiver*) khalayak, sasaran, audience, komunikan dapat berupa individu, kelompok, masyarakat umum, partai atau negara, komunikan merupakan elemen penting dalam proses komunikasi, karena sebagai sasaran komunikasi. Dalam komunikasi antarpribadi komunikan telah dikenal oleh komunikatornya. Komunikator telah mengetahui identitas komunikan. Seperti, nama, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, bahkan telah mengenal sikap dan prilakunya.

⁶⁰ Alvinaro Ardianto dan Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), h. 10-11.

Semakin banyak komunikator mengetahui identitas komunikan, maka semakin banyak karakter antarpribadi yang terbawa didalam komunikasi tersebut.⁶¹

e) Umpan Balik

Umpan balik merupakan respon balik dari komunikan kepada komunikator atau pesan-pesan yang telah disampaikan. Tanpa umpan balik dalam komunikasi maka komunikator dan komunikan tidak bisa memahami ide, pikiran, dan perasaan yang terkandung dalam pesan yang disampaikan, melalui umpan balik informasi yang telah tersedia bagi komunikator semungkinnya menilai keefektifannya komunikasi yang dilakukan. Selanjutnya dapat melakukan penyusaian atau perbaikan-perbaikan dalam komunikasi selanjutnya.

Dalam komunikasi antarpribadi umpan balik mudah diterima. Komunikator dapat mengetahui secara langsung apakah serangkain pesan itu dapat diterima oleh komunikan atau tidak. Komunikator dapat mengatakan secara langsung jika dia melihat komunikan kurang memberikan perhatian atas pesan yang sedang disampaikan. Reaksi-reaksi verbal dapat diungkapkan secara langsung oleh komunikan melalui kata-kata menerima, mengerti bahkan menolak pesan. Sebaliknya reaksi pesan dapat dinyatakan dengan pesan nonverbal seperti menggelengkan kepala tanda tidak setuju dan tersenyum sebagai ungkapan bahagia.⁶²

Komunikasi antarpribadi dapat terjalin dengan baik antara individu, dengan memperhatikan beberpa hal seperti: penggunaan komunikasi secara nonverbal secara efektif, keterbukaan dalam menyampaikan pendapat, kemampuan menyampaikan pesan atau gagasan dengan jelas, pengetahuan terhadap pendapat dan perasaan orang lain, hal ini senada dengan diungkapkan oleh Rahmad yang menyatakan, agar komunikasi antar antarpribadi yang efektif maka dogmatis harus digantikan dengan

⁶¹ Alo Liliweri, *Dasar-dasar* h. 27.

⁶² Alo Liliweri, *Dasar-dasar Komunikasi Antr aBudaya* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 29-30.

sikap mendorong timbulnya saling pengertian, saling menghargai, dan saling mengembangkan kualitas hubungan antarpribadi.

P. Teori Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi merupakan bentuk lain dari komunikasi intrapersonal atau antarpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Istilah lain dari komunikasi antarpribadi adalah komunikasi interpersonal. Komunikasi antarpribadi terjadi dalam konteks satu komunikator dengan satu komunikandi atau komunikasi diadik, atau satu komunikator dengan dua komunikannya disebut komunikasi triadik. Sedangkan lebih dari tiga biasanya disebut komunikasi kelompok.

Komunikasi antarpribadi dapat berlangsung dengan tatap muka atau dengan menggunakan media komunikasi antar media (*nonmedia massa*), seperti telephone dan *handphone*. Dalam komunikasi antarpribadi, komunikator relatif cukup mengenal komunikannya dan sebaliknya, pesan dikirim dan diterima secara simultan dan spontan relatif kurang terstruktur demikian dengan halnya umpan balik yang dapat diterima dengan langsung. Dalam tatanan antar pribadi, komunikasi berlangsung dengan sirkuler, peran komunikator dan komunikannya terus dipertukarkan. Karena itu disebutkan kedudukan komunikator dan komunikannya relatif setara. Proses ini lazim dan sering disebut dialog. Walaupun demikian dalam konteks tertentu dapat berlangsung monolog, hanya satu pihak yang mendominasi. Efek komunikasi antarpribadi adalah paling kuat jika dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya. Dalam komunikasi antarpribadi, komunikator bisa mempengaruhi langsung pandangan komunikannya untuk dapat melakukan hal-hal tertentu sesuai dengan isi pesan yang dikirim komunikator terhadap komunikannya.

Komunikasi antarpribadi memiliki keunikan. Karena dimulai dari proses hubungan yang bersifat psikologis dan proses psikologis selalu mengakibatkan keterpengaruhannya seseorang dalam bertindak. Pada hakikatnya komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara seorang komunikator dengan komunikannya.

a) Teori Kebutuhan Hubungan Interpersonal

Teori sistem dan komunikasi dalam hubungan salah satu bagian dalam lapangan komunikasi yang dikenal sebagai *relational communication* sangat dipengaruhi oleh teori sistem. Inti dari kerja ini adalah asumsi bahwa fungsi komunikasi interpersonal untuk membuat, membina, dan mengubah hubungan dan hubungan pada gilirannya akan mempengaruhi sifat komunikasi interpersonal. Poin ini berdasar pada gagasan bahwa komunikasi sebagai interaksi yang menciptakan struktur hubungan. Gagasan sistem yang penting ini secara luas diadopsi dalam lapangan komunikasi. Proses dan bentuk merupakan dua sisi mata uang, saling menentukan satu sama lain.

Seorang antropolog, Gregory Bateson, adalah pendiri garis teori ini yang selanjutnya dikenal dengan komunikasi Rasional.⁶³ Kerjanya mengarah pada pengembangan dua proposisi mendasar dimana kebanyakan teori relasional masih bersandar. Pertama yaitu sifat mendua dari pesan: setiap pertukaran interpersonal membawa dua pesan, pesan *report* dan pesan *command*. *Report message* mengandung substansi atau isi komunikasi sedangkan *command message* membuat pernyataan mengenai hubungan. Dua elemen ini selanjutnya dikenal sebagai isi pesan dan pesan hubungan atau komunikasi dan *metakomunikasi*. Pesan *report* menetapkan mengenai apa yang dikatakan dan pesan *command* menunjukkan hubungan diantara komunikator.

Diantara periset yang terkenal dalam komunikasi relasional adalah Edna Rogers dan Frank Millar. Kerja Millar dan Rogers merupakan aplikasi langsung dari gagasan Bateson dan konsisten dengan teori Fisher. Secara khusus, mereka bertanggung jawab bagi pengembangan metode riset mengenai pengkodean dan pengelompokan pola relasional seperti Fisher, Millar, dan Rogers mengamati percakapan dan kode tindakan, komunikasi dalam suatu cara yang membiarkan mereka menemukan pola

⁶³ Dassrun, *Komunikasi Antarpribadi...*, h.. 76.

yang diciptakan melalui interaksi. Dari risetnya mereka mengembangkan teori yang menunjukkan bagaimana hubungan mengandung struktur control, kepercayaan dan keakraban.

b) Teori Self-Disclosure

Disclosure dan *Understanding* merupakan tema penting dalam teori komunikasi tahun 60 sampai 70 an. Sebagian besar sebagai konsekuensi aliran *humanistic* dalam psikologi, sebuah ideology “*Honest Communication*” muncul, dan beberapa dari pemikiran kita tentang apa yang membuat komunikasi interpersonal itu baik dipengaruhi oleh gerakan ini.

Proses pengungkapan diri (*self disclosure*) adalah proses pengungkapan informasi diri pribadi seseorang kepada orang lain atau sebaliknya. Pengungkapan diri merupakan kebutuhan seseorang sebagai jalan keluar atas tekanan-tekanan yang terjadi pada dirinya. Proses pengungkapan diri terjadi dalam dua bentuk; pertama, dilakukan secara tertutup, yaitu seseorang mengungkapkan informasi diri kepada orang lain dengan cara sembunyi-sembunyi melalui ungkapan dan tindakan, dimana ungkapan dan tindakan itu merupakan sebuah keterbukaan tentang apa yang terjadi pada diri seseorang. Namun cara pengungkapan diri secara ini jarang dipahami orang lain, kecuali orang lain memiliki perhatian terhadap orang yang melakukan pengungkapan diri itu. Dalam teori-teori interaksi simbolis bahwa semua tindakan, perkataan dan ungkapan-ungkapan seseorang memiliki makna interaksi tentang apa yang sedang dipikirkan. Jadi, tindakan adalah ekspresi apa yang ada dalam pikiran seseorang.

Seorang teoritis yang menggali proses Self-Disclosure ini adalah Siney Jourard. Uraianya bagi kemanusiaan sifatnya terbuka dan *transparent*. Transparansi berarti membiarkan dunia untuk mengenal dirinya secara bebas dan pengenalan diri seseorang pada orang lain. Hubungan interpersonal yang ideal menyuruh orang agar membiarkan orang lain mengalami mereka sepenuhnya dan membuka untuk mengalami orang lain sepenuhnya. Jourard mengembangkan gagasan ini setelah

mengamati bahwa sakit mental cenderung tertutup bagi dunia. Dia menemukan bahwa mereka menjadi sehat ketika mereka bersedia mengenalkan dirinya pada ahli terapi.

Kemudian, Jourard menyamakan kesakitan dengan ketertutupan dan kesehatan dengan keterbukaan. Jourard melihat pertumbuhan, pergerakan orang menuju cara berperilaku yang baru, sebagai hasil langsung dari keterbukaan pada dunia. Orang yang sakit sifatnya tetap dan stagnan; pertumbuhan akan sampai pada posisi hidup baru. Selanjutnya, perubahan merupakan esensi dari pertumbuhan personal.

Membuka diri tidak sama dengan mengungkapkan detail-detail intim dari masa lalu kita. Mengungkapkan hal-hal yang sangat pribadi dimasa lalu dapat menimbulkan perasaan intim untuk sesaat . hubungan sejati terbina dengan mengungkapkan reaksi-reaksi kita terhadap aneka kejadian yang kita alami bersama atau terhadap apa yang dikatakan atau dilakukan oleh lawan komunikasi kita. orang lain mengenal diri kita tidak dengan menyelidiki masa lalu kita, melainkan dengan mengetahui cara kita beraksi. Masa lalu hanya berguna sejauh mampu menjelaskan perilaku kita dimasa kini.⁶⁴

c) Penetrasi Sosial

Model ini bernama *Social Penetration Theory* merupakan bagian dari teori pengembangan hubungan atau *relationship development theory*. Model penetrasi sosial dikembangkan oleh Irwin Altman dan Dalmas Taylor dalam bukunya yang pertama terbit berjudul *Social Penetration : The Development Of Interpersonal Relationship* terbit pada tahun 1973 dan revisi pada tahun 1987 berupa artikel terpisah dimuat dalam buku *Interpersonal Process: New Directions In Communication Research* dengan Michael E. Rollof dan Gerald R. Miller sebagai

⁶⁴A. Supratiknya, *Komunikasi Antar Pribadi, Tujuan Psikologi* (Yogyakarta: Kanisius, 1995), h. 14.

editor. Judul tulisan tersebut *Communication In Interpersonal Relationship: Social Penetration Processes* oleh Dalmis A. Taylor dan Irwin Altman (1987).⁶⁵

Altman dan Taylor mengemukakan suatu model perkembangan hubungan yang disebut social penetration. yaitu, proses dimana orang saling mengenal satu sama lainnya. Model ini selain melibatkan self disclosure juga menjelaskan bila mana harus melakukan self disclosure dalam perkembangan hubungan.

Menurut kedua penulis model ini adalah penting dalam mengembangkan dan memelihara hubungan-hubungan antarpribadi. Beberapa penelitian menunjukkan hubungan yang kuat antara komunikasi yang baik dan kepuasan umum suatu hubungan.

Model penetrasi sosial memfokuskan diri pada pengembangan hubungan. Hal ini terutama berkaitan dengan perilaku antarpribadi yang nyata dalam interaksi sosial dan proses-proses kognitif internal yang mendahului, menyertai dan mengikuti pembentukan hubungan. Model ini sifatnya berhubungan dengan perkembangan dimana model ini berhubungan dengan pertumbuhan. Mengenai hubungan antar pribadi. Proses penetrasi sosial berlangsung secara bertahap dan teratur dari sifatnya dipermukaan ketinggian yang akrab mengenai pertukaran sebagai fungsi, baik mengenai hasil yang segera maupun yang diperkirakan. Perkiraan meliputi estimasi mengenai hasil-hasil yang potensial dalam wilayah pertukaran yang lebih akrab. Faktor ini menyebabkan hubungan bergerak maju dengan harapan menemukan interaksi baru yang secara potensial lebih memuaskan. Misalnya, manusia umumnya bergerak hanya secara bertahap dari pembicaraan mengenai situasi ditempat kerja kepada hal-hal yang berkenaan dengan perasaan takut mereka, atau dari masalah-masalah yang sifatnya umum kepada hal-hal yang lebih mendalam seperti mengenai masalah seksual mereka.

Penetrasi sosial merupakan proses yang bertahap dimulai dari komunikasi basa-basi yang tidak akrab dan terus berlangsung hingga menyangkut topik

⁶⁵ Budyatna, ... *Teori Komunikasi*, ... h. 225.

pembicaraan yang lebih pribadi dan akrab, Seiring dengan berkembangnya hubungan. Pada model ini orang akan membiarkan orang lain untuk lebih mengenalnya secara bertahap. Dalam proses ini orang akan menggunakan persepsinya untuk menilai keseimbangan antar upaya dan ganjaran. Yang diterimanya atas pertukaran yang terus berlangsung untuk memperkirakan prospek hubungan mereka. Jika perkiraan itu menjanjikan keuntungan dan kesenangan maka mereka secara bertahap akan bergerak ketahap yang lebih akrab.

BAB II

LANDASAN TEORI

Q. Seputar Tentang *Handphone*

Handphone merupakan alat komunikasi yang banyak ditemukan dalam segala aspek kehidupan dewasa ini. Banyak bergantung pada *handphone* sebagai alat komunikasi utama. Namun sebagai alat komunikasi, *handphone* mempunyai banyak hambatan seperti penelepon yang bertele-tele, gangguan jaringan, pesan yang tidak terkirim dan terjawab, dan akhirnya banyak kekecewaan. Kesalahan komunikasi yang sering terjadi menyebabkan bahwa *handphone* bukanlah alat yang sempurna.

Perkembangan teknologi komunikasi berkembang terlalu pesat. Negara-negara Asia, seperti Korea dan Cina telah mampu menemukan penemuan baru dalam bidang teknologi komunikasi, termasuk dengan teknologi *handphone*. Pada mulanya dibuat untuk memudahkan orang berkomunikasi dimana saja, namun ketika masyarakat yang bergerak cepat karena dapat menggunakan teknologi komunikasi yang begitu mudah, menyebabkan masyarakat semakin jauh secara emosional. Keinginan kembali melakukan komunikasi yang lebih berkualitas disebabkan karena mutasi manusia yang semakin luas menyebabkan masyarakat membutuhkan alat komunikasi yang menyediakan video yang menyediakan gambar-gambar hidup, bahkan sekarang mampu mentransmisikan enam media, seperti teks, grafik, suara, musik, animasi dan video dimana saja dan kapan saja.

Perkembangan ini terus berlanjut, saat ini *handphone* tidak hanya berfungsi sebagai teknologi komunikasi namun juga menjadi multimedia yang dapat menyediakan segala macam kebutuhan, baik sebagai media penyimpanan, media *processing* maupun sebagai media penyiaran. *Handphone* mampu melakukan penyiaran sebuah berita kepada orang-orang yang memiliki *handphone* pula, konsep *handphone* telah mengalahkan konsep-konsep media massa lainnya yang serba statis.

Seiring dengan perkembangan zaman dengan digiringnya kebutuhan masyarakat modern yang serba *instant*. Para ilmuwan dalam bidang teknologi informasi

tidak tinggal diam dengan mencoba menghasilkan karya-karya terbaik mereka kepada manusia sebagai penguasa dan pemimpin dimuka bumi ini. Dengan tuntutan fundamental itu para ahli teknologi mampu memberikan yang terbaik dengan menciptakan handphone sebagai jawaban sementara bagi masyarakat modern yang butuh informasi, komunikasi terus menerus dengan jarak dan tempat yang berbeda. Diawali dengan diciptakannya telephone rumah oleh Alexander Graham Bell pada tahun 1876⁶⁶. sebagai gerakan awal telephone yang menggunakan kabel pengantar arus yang kemudian mampu melahirkan karya mereka dengan tanpa kabel dapat melakukan komunikasi tanpa batas dengan dibantu oleh kondisi jaringan atau sinyal.

Perubahan alat komunikasi ini dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Tanpa pandang tempat, usia dan tingkat ekonomi. Semua lapisan masyarakat ini telah merasakan keberadaannya. Semakin maraknya pengguna *handphone* seiring dengan kemajuan teknologi, khususnya dibidang komunikasi. Penggunaan handphone pada prinsipnya sama dengan penggunaan telepon rumah dalam hal berkomunikasi. Menyampaikan pesan dan memberikan informasi, hanya saja perlu disadari perbedaan mendasar dari handphone, yaitu:

4. *Handphone* bisa dibawa kemana saja, jadi komunikasi dilakukan dapat terjadi dimanapun
5. Ada beberapa fasilitas tambahan yang tidak dimiliki telepon rumah, sehingga ada banyak variasi dalam berkomunikasi menggunakan handphone ini, baik dari segi bunyi dering maupun kamera serta internet
6. Ukuran *handphone* relative lebih kecil dan praktis.

Fungsi *handphone* pada dewasa ini tidak hanya menjadi alat komunikasi saja namun *handphone* kini telah dimodifikasi oleh *Fitur* baru seperti, camera digital, radio dan saat ini sudah mampu melakukan *browsing* dan *download* secara praktis.

¹ Daryanto, *Teknik Handphone* (Bandung: CV. Yrama Media, 2010), h. 2.

Tidak menutup kemungkinan bahwa *handphone* suatu saat nanti akan memiliki kemampuan dengan layar monitor sehingga orang akan melihat langsung siapa yang sedang berbicara melalui *handphone* tersebut.

Handphone adalah alat komunikasi *wireless* atau komunikasi bergerak tanpa kabel. Istilah lainnya adalah *mobile device*.⁶⁷ Teknologi *wireless* ini telah berkembang dengan pesat satu dekade terakhir ini. Teknologi tanpa kabel (*wireless*) ini ditemukan oleh Nikolai Tesla pada tahun 1880 dan diperkenalkan oleh Guglielmo Marconi.⁶⁸ Akar dari perkembangan digital *wireless* dan *seluler* dimulai sejak 1940 saat *telephone mobile* secara komersial diperkenalkan.

Perkembangan teknologi dan jaringan komunikasi menunjukkan kecenderungan untuk membuat suatu dimensi baru. Misalnya perkembangan jaringan *telephone* tanpa kabel. Perkembangan tersebut memungkinkan adanya peningkatan dalam pelayanan serta memberikan kemampuan untuk dapat mengontrol segala jasa yang ditawarkan.

Memasuki zaman yang modern dan padat informasi, masyarakat mulai mengenal batasan yang sopan ataupun yang tidak sopan. Misalnya dengan menggunakan *handphone* jika berdering apakah akan segera dijawab, atau menelepon kembali. Jika itu dirasa tidak penting maka hanya perlu dibalas hanya dengan SMS (*Short Message Service*).

Selain berfungsi untuk melakukan dan menerima panggilan telepon, *handphone* umumnya juga mempunyai fungsi pengiriman dan penerimaan pesan singkat (*short message service*, SMS). Ada pula penyedia jasa *handphone* di beberapa negara yang menyediakan layanan generasi ketiga (3G) dengan menambahkan jasa videophone, sebagai alat pembayaran, maupun untuk televisi online di *handphone* mereka. Sekarang, *handphone* menjadi gadget yang multifungsi. Mengikuti perkembangan teknologi digital, kini *handphone* juga dilengkapi dengan berbagai pilihan *feature*, seperti bisa menangkap siaran radio dan televisi, perangkat lunak

⁶⁷ *Ibid.*, h. 1.

⁶⁸ *Ibid.*, h. 2.

pemutar audio (MP3) dan video, kamera digital, game, dan layanan internet (WAP, GPRS, 3G). Selain *future-future* tersebut, *handphone* sekarang sudah ditanamkan *future* komputer. Jadi di *handphone* tersebut, orang bisa mengubah fungsi *handphone* tersebut menjadi mini komputer. Di dunia bisnis, *future* ini sangat membantu bagi para pebisnis untuk melakukan semua pekerjaan di satu tempat dan membuat pekerjaan tersebut diselesaikan dalam waktu yang singkat.

Di Indonesia sendiri, perkembangan teknologi jaringan telekomunikasi telah melalui beberapa tahapan. Cepat atau lambatnya perkembangan tentu saja tidak terlepas dari peranan pemerintah dalam usahanya memajukan teknologi komunikasi. Teknologi wireless yang berkembang pesat saat ini dengan teknologi tanpa kabel diantaranya adalah AMPS (*Advance Mobile Phone Sistem*), GSM (*Global Sistem For Mobil Sistem*), dan CDMA (*Code Division Multiple Acces*).

4. AMPS (*Advance Mobile Phone Sistem*)

AMPS merupakan generasi pertama pada teknologi selular. System ini dialokasikan pada band 800 Mhz. jaringan ini menggunakan sirkuit terintegrasi yang sangat besar. Sirkuit ini terdiri dari computer *dedicated* dan sistem *switch*.

AMPS menggunakan sistem *range* frekuensi antara 824 Mhz - 894 Mhz. teknologi ini diperuntukkan untuk posel analog. AMPS tidak menawarkan *future* lain yang umum digunakan pada layanan seluler seperti *e-mail* dan *browsing* di *web*. Kualitas suara yang kurang bagus serta beberapa permasalahan teknis menjadi kendala dari system AMPS. Masalah tersebut membuat system ini tidak berkembang dan bahkan ditinggalkan setelah teknologi digital berkembang.

5. GSM (*Global Sistem for Mobil telekomunikation*)

GSM merupakan generasi kedua setelah AMPS. GSM pertama kali dikeluarkan pada tahun 1991 dan mulai berkembang pada tahun 1993. Sistem ini diadopsi oleh beberapa Negara seperti Afrika Selatan, Australia, Timor Tengah dan Amerika Utara. Perkembangan pesat dari GSM disebabkan

karena telah digunakannya sistem digital. Hal tersebut memungkinkan pengembang untuk mengeksploitasi penggunaan algoritma dan digital serta memungkinkannya penggunaan *very large scale intergration* (VLSI). Untuk mengurangi dan memperkecil biaya *handled* terminalnya, pada saat ini gsm telah menggunakan fitur *intelegent network* (jaringan kecerdasan)

6. CDMA (*Code Division Multiple Acces*)

Merupakan generasi ketiga (3G), teknologi telepon tanpa kabel. Perkembangannya ditandai pula munculnya berbagai macam jenis telepon selular. CDMA menggunakan teknik penyebaran *spectrum*. Hal tersebut berbeda-beda dengan metode *global system for mobile telecommunication* yang menggunakan *time division multuflexing* (TDM). CDMA tidak memberikan penanda pada frekuensi khusus pada setiap *user*. Setiap *channel* menggunakan *spectrum* yang tersedia secara penuh, percakapan individual akan di *oncode* atau disandingkan dengan pengaturan digital secara *pseudo random*. CDMA merupakan perkembangan dari teknologi AMPS. Teknologi ini pertama kali digunakan oleh militer Amerika Serikat sebagai sarana komunikasi *intelegent* pada waktu perang. CDMA System ini belum layak didopsi oleh sebahagian besar operator diberbagai Negara. Di Indonesia jaringan CDMA ditempati oleh PT. Mobile-8. Telecom, Telkomflexy dan Esia.

Beberapa Jenis *handphone* berdasarkan fungsi, yaitu:

1). *Handphone* bisnis

Handphone jenis ini ditujukan untuk anda yang menginginkan perangkat bisnis dalam genggamannya, biasanya *handphone* yang telah memiliki kemampuan ini tergolong *handphone* pintar (*smartphone*). Beragai aplikasi bisnis terdapat dalam *handphone* ini dan dapat membuat pekerjaan kantor anda dapat dilihat dan dikerjakan dalam sebuah *handphone*.

2) *Handphone* hiburan

Handphone jenis ini merupakan *handphone* berjenis multimedia, dimana semua aktivitas yang berhubungan dengan musik, seni, foto, sosial dan lainnya dapat anda atasi dengan sebuah *handphone*. Banyak *handphone* jenis ini yang memiliki variannya tersendiri, seperti ponsel musik, *handphone* kamera, dan ponsel jejaring sosial.

3) *Handphone fashion*

Handphone jenis ini lebih banyak mengandalkan tampilannya, dan dapat membuat pemiliknya sangat puas meskipun dengan fitur yang terkesan sederhana. Tetapi dibalik itu semua, sebuah *handphone fashion* dapat berharga berkali-kali lipat dari harga *handphone* tercanggih. Dewasa ini dapat ditemukan *handphone* yang berharga lebih mahal dari harga sebuah kendaraan, bahkan lebih mahal dari harga sebuah rumah.

4) *Handphone standar*

Handphone jenis ini diperuntukan untuk anda yang menginginkan *handphone* yang simpel, fitur yang disematkan dalam ponsel ini merupakan fitur inti, tanpa teknologi baru yang disematkan.

Berkomunikasi dengan efektif menggunakan *handphone* merupakan sebuah keterampilan unik, dan jika dikuasai akan menjadikan keberhasilan dalam berkomunikasi secara profesional. Dan efektif melalui *handphone* terletak pada diri seorang pengguna alat komunikasi tersebut. Keterampilan ini dapat dikuasai dengan sedikit latihan .

Upaya menciptakan kesan positif dalam melakukan komunikasi dimata penelepon muncul alami dalam diri kita. Pada saat suasana hati sedang bagus, antusias dengan pekerjaan atau berhadapan dengan suara yang ramah. Kuncinya

adalah memberikan kesan positif sehingga penelepon membentuk kesan positif yang sama.⁶⁹

Dengan ringkas sejarah *handphone* dapat di tulis melalui beberapa generasi dibawah ini.

2) Generasi 0

Sejarah penemuan telepon seluler tidak lepas dari perkembangan [radio](#). Awal penemuan telepon seluler dimulai pada tahun 1921 ketika Departemen Kepolisian Detroit Michigan mencoba menggunakan telepon mobil satu arah. Kemudian, pada tahun 1928 Kepolisian Detroit mulai menggunakan radio komunikasi satu arah regular pada semua mobil patroli dengan frekuensi 2 MHz. pada perkembangan selanjutnya, [radio](#) komunikasi berkembang menjadi dua arah dengan “frequency modulated “(FM). Tahun 1940, Galvin Manufactory Corporation (sekarang Motorola)mengembangkan portable Handie-talkie SCR536, yang berarti sebuah alat komunikasi di medan perang saat perang dunia II. Masa ini merupakan generasi 0 telepon seluler atau 0-G, dimana telepon seluler mulai diperkenalkan. Setelah mengeluarkan SCR536,kemudian pada tahun 1943 Galvin Manufactory Corporation mengeluarkan kembali partable FM radio dua arah pertama yang diberi nama SCR300 dengan model backpack untuk tentara U.S. Alat ini memiliki berat sekitar 35 pon dan dapat bekerja secara efektif dalam jarak operasi 10 sampai 20 mil.

Sistem telepon seluler 0-G masih menggunakan sebuah sistem [radio](#) VHF untuk menghubungkan telepon secara langsung pada [PSTN](#) *landline*. Kelemahan sistem ini adalah masalah pada jaringan kongesti yang kemudian memunculkan usaha-usaha untuk mengganti sistem ini.

Generasi 0 diakhiri dengan penemuan konsep modern oleh insinyur-insinyur dari Bell Labs pada tahun 1947. Mereka menemukan konsep penggunaan telepon

⁶⁹ Doc Morey, *Carrer Management Series Phone Power, Meningkatkan Kefektifan Berkomunikasi di Telepon* (Jakarta: PT. Eliex Media Komputindo, 1998) h. 2.

hexagonal sebagai dasar telepon seluler. Namun, konsep ini baru dikembangkan pada 1960-an.

2). Generasi I

Telepon genggam generasi 1G

Telepon genggam generasi pertama disebut juga 1G. 1-G merupakan telepon genggam pertama yang sebenarnya. Tahun 1973, Martin Cooper dari Motorola Corp menemukan telepon seluler pertama dan diperkenalkan kepada public pada 3 April 1973. Telepon seluler yang ditemukan oleh Cooper memiliki berat 30 ons atau sekitar 800 gram. Penemuan inilah yang telah mengubah dunia selamanya. Teknologi yang digunakan 1-G masih bersifat analog dan dikenal dengan istilah AMPS. AMPS menggunakan [frekuensi](#) antara 825 Mhz- 894 Mhz dan dioperasikan pada [Band](#) 800 Mhz. Karena bersifat analog, maka sistem yang digunakan masih bersifat regional. Salah satu kekurangan generasi 1-G adalah karena ukurannya yang terlalu besar untuk dipegang oleh tangan. Ukuran yang besar ini dikarenakan keperluan tenaga dan performa baterai yang kurang baik. Selain itu generasi 1-G masih memiliki masalah dengan mobilitas pengguna. Pada saat melakukan panggilan, mobilitas pengguna terbatas pada jangkauan area telpon genggam.

3). Generasi II

Telepon genggam tahun 1996

Generasi kedua atau 2-G muncul pada sekitar tahun 1990-an. 2G di Amerika sudah menggunakan teknologi [CDMA](#), sedangkan di Eropa menggunakan teknologi [GSM](#). GSM menggunakan frekuensi standar 900 Mhz dan [frekuensi](#) 1800 Mhz. Dengan frekuensi tersebut, GSM memiliki kapasitas pelanggan yang lebih besar. Pada generasi [2G sinyal](#) analog sudah diganti dengan sinyal digital. Penggunaan [sinyal digital](#) memperlengkapi telepon genggam dengan pesan suara, panggilan tunggu, dan [SMS](#). Telepon seluler pada generasi ini juga memiliki ukuran yang lebih

kecil dan lebih ringan karena penggunaan teknologi [chip digital](#). Ukuran yang lebih kecil juga dikarenakan kebutuhan tenaga [baterai](#) yang lebih kecil. Keunggulan dari generasi [2G](#) adalah ukuran dan berat yang lebih kecil serta sinyal radio yang lebih rendah, sehingga mengurangi efek [radiasi](#) yang membayakan pengguna.

4). Generasi **III**

Ponsel 3-G

Generasi ini disebut juga [3G](#) yang memungkinkan operator jaringan untuk memberi pengguna mereka jangkauan yang lebih luas, termasuk [internet](#) sebaik *video call* berteknologi tinggi. Dalam 3G terdapat 3 standar untuk dunia telekomunikasi yaitu Enhance Datarates for GSM Evolution (EDGE), Wideband-CDMA, dan [CDMA](#) 2000. Kelemahan dari generasi 3G ini adalah biaya yang relatif lebih tinggi, dan kurangnya cakupan jaringan karena masih barunya teknologi ini. Tapi yang menarik pada generasi ini adalah mulai dimasukkannya sistem operasi pada ponsel sehingga membuat fitur ponsel semakin lengkap bahkan mendekati fungsi PC. Sistem operasi yang digunakan antara lain [Symbian](#), [Android](#) dan [Windows Mobile](#)

5). Generasi **IV**

Generasi ini disebut juga *Fourth Generation* (4G). 4G merupakan sistem ponsel yang menawarkan pendekatan baru dan solusi infrastruktur yang mengintegrasikan teknologi nirkabel yang telah ada termasuk *wireless broadband* (*WiBro*), *802.16e*, [CDMA](#), [wireless LAN](#), [Bluetooth](#), dan lain-lain. Sistem [4G](#) berdasarkan heterogenitas jaringan IP yang memungkinkan pengguna untuk menggunakan beragam sistem kapan saja dan di mana saja. 4G juga memberikan penggunaanya kecepatan tinggi, volume tinggi, kualitas baik, jangkauan global, dan fleksibilitas untuk menjelajahi berbagai teknologi berbeda. Terakhir, 4G memberikan

pelayanan pengiriman data cepat untuk mengakomodasi berbagai aplikasi multimedia seperti, *video conferencing*, *online game*, dan lain-lain⁷⁰

R. Defenisi Komunikasi

Keilmuan komunikasi tidak dapat dipungkiri adalah hasil dari beberapa teori keilmuan sosial. Dimana ilmu sosial adalah induk dari ilmu komunikasi. Sejarah teori komunikasi menempuh dua jalur. Pertama, kajian dan sumbangan pemikiran Auguste Comte, Durkheim, Talcott Parson dan Robert K. Merton merupakan sumbangan paradigme fungsional bagi lahirnya teori-teori komunikasi yang beraliran structural-fungsional. Kedua, sumbangan-sumbangan pemikiran Karl Marx dan Habermas menyumbangkan paradigme konflik bagi lahirnya teori-teori konflik dan teori kritis dalam kajian ilmu komunikasi.⁷¹

Perkembangan terakhir ilmu komunikasi di Indonesia saat ini dipengaruhi oleh tiga paradigma besar. Pertama, paradigma teori konvensional, yaitu paradigma teori yang dianut oleh para ilmuwan komunikasi yang secara keilmuannya mengembangkan teorinya secara linier. Para ilmuwan ini memiliki kecenderungan memandang teori komunikasi secara tradisional, mereka sejak semula telah mempelajari bidang komunikasi sejak jenjang pendidikan S1 dan tidak memalingkan pandangan terhadap teori-teori lain disekitar ilmu komunikasi. Kedua, paradigme kritis dan perspektif komunikasi, yaitu paradigma komunikasi yang dianut oleh para sarjana yang awalnya terutama S1 belum mempelajari teori komunikasi, kemudian secara serius mempelajari komunikasi secara kritis dan menurut perspektif komunikasi yang dilihatnya. Paradigme ini antara lain adalah sosiologi komunikasi, hukum komunikasi dan hukum media, psikologi komunikasi, komunikasi antarbudaya, komunikasi politik, komunikasi organisasi, komunikasi public, komunikasi sosial, semiotika komunikasi, public relation dan sebagainya. Ketiga, paradigma teknologi media. Paradigme ini lahir dari para peminat teknologi telematika, terutama oleh para sarjana

⁷⁰ https://id.wikipedia.org/wiki/Telepon_genggam, di akses pada hari Rabu 24 Maret 2013

⁷¹ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2008) h. 235.

teknologi informasi. Walaupun paradigma ini tidak terlalu berpengaruh dalam kancan teori komunikasi bila dibandingkan pada paradigma sebelumnya, namun teori-teori komunikasi menggunakan perkembangan teknologi media ini untuk merevisi berbagai teori komunikasi yang ada hubungannya dengan media dan komunikasi massa.

Istilah kata komunikasi sekarang ini pada dasarnya sudah sering di ucapkan. Di kalangan mahasiswa, pelaku bisnis dan lain-lain. Mereka semua sudah tidak asing lagi dalam menggunakan kata komunikasi. Oleh karenanya dianggap penting Sebelum kita mengetahui lebih dalam defenisi komunikasi antarpribadi terlebih dahulu diantarkan defenisi komunikasi. Agar kita tidak berbeda paham dalam memaknakan arti kata komunikasi. Kata komunikasi atau *Communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin yaitu *Communis* yang berarti sama, *Communico*, *Communicatio* atau *Communicare* yang berarti “membuat sama” (*To Make Common*).⁷² Dalam pandangan Deddy Mulyana Komunikasi adalah *Human Communication*. Orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator, kemudian orang yang menerima pesan tersebut dinamakan komunikan. Untuk tugasnya komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikannya.

Menurut pandangan beberapa ahli, diantaranya; (1) Sarah Trenhom dan Arthur Jensen (1996) menjelaskan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan pada enerima melalui saluran atau media. (2) Berlson dan Stainer (1964) komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain melalui simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka dan lainnya. (3).Everet M. Rogers & Lawrence Kincaid (1981) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain yang ada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam. (4) Ruesch (1957) komunikasi merupakan proses

⁷² Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar* (Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 2007), h. 46.

yang menghubungkan satu bagian dengan bagian yang lain dalam kehidupan. (5) Weaver (1949) menyatakan, komunikasi adalah seluruh prosedur melalui pikiran, dimana seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lain.⁷³

Secara etimologis atau menurut asal katanya, istilah komunikasi berasal dari bahasa latin, yaitu *communication* yang asal katanya *comunis* yang artinya adalah *sama makna*, yaitu sama makna dalam satu hal⁷⁴ jadi, komunikasi berlangsung bila antara orang-orang yang terlibat dapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan.

Harold Lasswell menyatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: “ *who says what in which channel to whom with what effect*” [siapa yang mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek bagaimana]. Carl I. Hovland menyatakan “ *communicationis the process to modify the behavior of other individuals*” komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain.⁷⁵

Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Hal ini sejalan dengan beberapa pendapat Effendy bahwa komunikasi adalah proses penyampaian Suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media.⁷⁶

William C. Himstreet dan Wayne Murlin Baty mengemukakan komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antara individu melalui sistem yang biasa, baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal maupun perilaku dan tindakan.⁷⁷

Everett M. Rogers seorang pakar sosiologi pedesaan di Amerika bersama D. Lawrence Kincaid mendefinisikan komunikasi sebagai proses dimana dua orang

⁷³ Marheni Fajar, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, h. 31-32.

⁷⁴ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), h.3.

⁷⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Rosdakarya, 2004), h.10.

⁷⁶ *Ibid.*, h. 5.

⁷⁷ Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis* (Jakarta: Erlangga, 2003), h.3.

atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam

Shannon dan Weaver mengatakan bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas bentuk komunikasi menggunakan komunikasi verbal maupun nonverbal, tetapi juga dalam bentuk ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.⁷⁸

Schram berpendapat bahwa esensi dari komunikasi adalah terutama dalam pengertian pesan, sehingga antar penerima dan pengirim dapat mengartikan hal yang sama terhadap suatu pesan.⁷⁹ Dengan demikian komunikasi yang berlangsung antara seseorang dengan orang lain di harapkan dapat menimbulkan pengertian yang sama terhadap suatu pesan, sehingga akhirnya pesan itu milik bersama

Theonordoson and Theonordoson 1969, memberi batasan lingkup *communication* berupa penyebaran informasi, ide-ide, sikap-sikap, atau emosi dari seseorang atau kelompok kepada yang lain (atau lainnya) terutama symbol-simbol. Garbner 1967, mengatakan *communication* dapat di defenisikan sebagai *social action* melalui pesan-pesan. Onong Uchyana mengatakan komunikasi sebagai proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran, atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bias merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bias berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati.⁸⁰

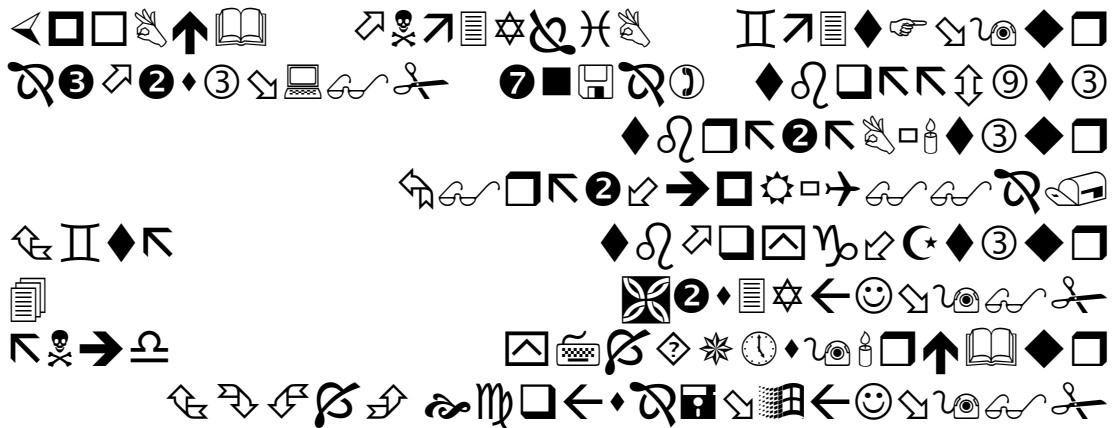
Lingkup komunikasi pada hakikatnya menyangkut persoalan-persoalan yang ada kaitannya dengan substansi interaksi sosial orang-orang dalam masyarakat, termasuk konten interaksi yang dilakukan secara langsung maupun dengan media komunikasi.

⁷⁸ Hafied Changara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998), h. 24.

⁷⁹ J.E. Wahyudi, *Media Komunikasi Massa Televisi* (Bandung: Alumni, 1986), h. 36.

⁸⁰ Burhan, *Sosiologi ...*, h. 30-31.

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku. Baik secara lisan maupun melalui media.⁸¹ Sebagai penjelasannya bahwa seorang komunikator merupakan *Agent Social Control* yang mampu merubah sikap dan perilaku komunikannya kearah yang lebih baik lagi. Kemudian bila merujuk pada defenisi diatas seorang komunikator memiliki peran penting dalam perbaikan kehidupan manusia. Ini sejalan dengan firman Allah Swt Q.S : Ali Imran/3 :104, yaitu:



Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung⁸²

Ayat tersebut secara tekstual dilihat bahwa adanya komunikator sebagai corong kedamaian umat. Proses pengabdian kepada Allah Swt yang maha kuasa tidak terlepas dari peran beberapa orang sebagai *Top lieder* dalam menyampaikan risalah dakwah Islam, sebagai petunjuk dan penjelas bagi manusia. Kemudian pula

⁸¹ Onong Uchjana Effendi, *Dinamika.....*, h. 5.

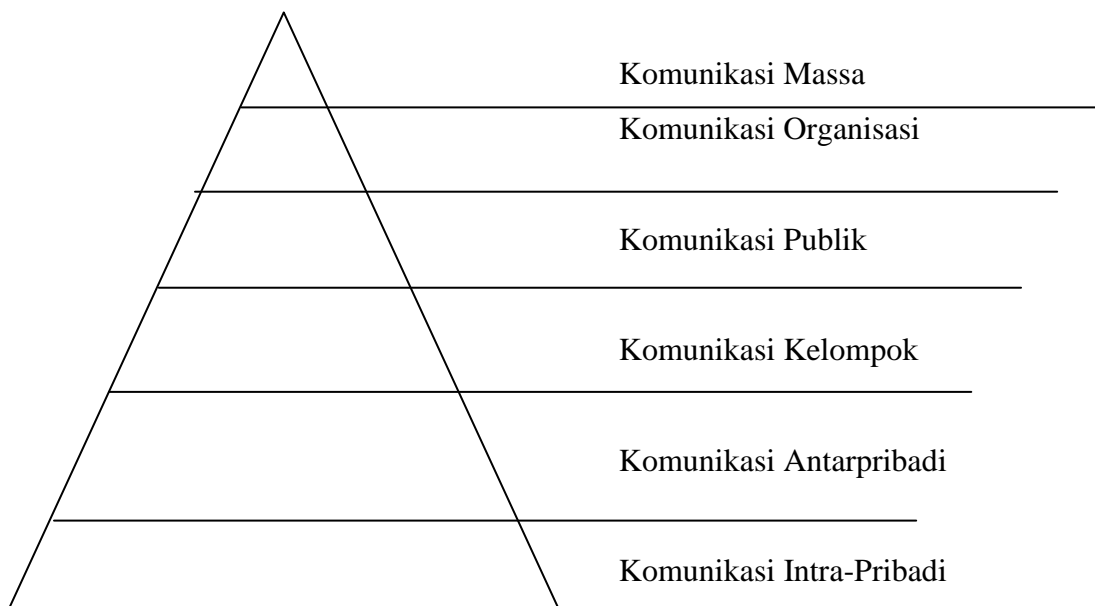
⁸² Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2006) h. 50.

kesempurnaan dari persaudaraan itu adalah saling mengajak kepada kebaikan dan mencegah kejahatan dan dosa.⁸³

Dari beberapa definisi dan pengertian komunikasi diatas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain melalui suatu media tertentu dengan tujuan untuk merubah pendapat, sikap dan prilaku orang lain tersebut.

Komunikasi sarana hubungan antar manusia baik individu maupun kelompok dalam kehidupan sehari-hari yang melibatkan sejumlah orang lain dimana seseorang ingin menyampaikan sesuatu kepada orang lain. Dalam proses tersebut dibutuhkan kecakapan komunikator dan komunikan dalam menerima dan mengartikan suatu pesan informasi serta meneruskan atau mengungkapkannya kepada orang lain, sehingga akhirnya pesan itu milik bersama.

Dalam komunikasi banyak bentuk komunikasi tersebut, yaitu: komunikasi intra pribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, komunikasi organisasi dan komunikasi massa.⁸⁴



⁸³ Zainal Arifin Zakaria, *Tafsir Inspirasi, Inspirasi Seputar Kitab Suci Al-Quran* (Medan: Duta Azhar, 2012) h. 71.

⁸⁴ Daryanto, *Ilmu Komunikasi (1)* (Bandung : CV. Yrama Widya, 2010), h. 29.

Tataran Komunikasi

7. Komunikasi intrapribadi merupakan sebuah proses yang terjadi pada diri sendiri. Yang terjadi dalam diri seseorang. Menjadi pusat perhatiannya adalah bagaimana jalannya proses pengolahan informasi yang dialami oleh seseorang melalui sistem syaraf dan indranya. karena Perjalanan proses komunikasi disini adalah melalui sistem syaraf dan inderanya. Teori komunikasi intrapribadi membahas mengenai proses membahas seputar ingatan, pemahaman dan interpretasi akan sesuatu objek yang diterima melalui panca indera.
8. Komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi antar pribadi atau perorangan dan bersifat pribadi baik yang terjadi secara langsung (tanpa medium) maupun tidak langsung (melalui medium). Meliputi percakapan langsung, melalui telephone. Memfokuskan pada sifat hubungan (*Relationship*), percakapan (*Discurse*), interaksi dan karakteristik komunikator. Teoti komunikasi antarpribadi umumnya memfokuskan pengamatannya pada bentuk dan sifat-sifat hubungan Kegiatan seperti percakapan melalui telepon, surat menyurat pribadi merupakan komunikasi antarpribadi.
9. Komunikasi kelompok merupakan interaksi diantara orang-orang dalam kelompok kecil. Komunikasi ini melibatkan komunikasi antar pribadi. Lebih menfokuskan kepada dinamika kelompok, efesiensi dan efektivitas penyampaian informasi dalam kelompok, pola dan bentuk interaksi serta pembuatan keputusan.
10. Komunikasi publik, merupakan komunikasi kelompok besar karena melibatkan komunikan khalayak besar sehingga sulit saling mengenal satu sama lain. Komunikasi ini sering berlangsung pada acara di Aula, Auditorioum, lapangan terbuka dan lain-lain. Dengan contoh rapat terbuka, Tablig Akbar yang bersifat satu arah.

11. Komunikasi organisasi merupakan komunikasi yang terjadi didalam dan jaringan organisasi. Melibatkan bentuk-bentuk komunikasi organisasi. Memfokuskan pada komunikasi yang menyangkut masalah struktur organisasi, fungsi organisasi, hubungan antar manusia, kebudayaan organisasi dan proses pengorganisasian.
12. Komunikasi massa merupakan proses komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang besar. Proses komunikasi massa melibatkan aspek-aspek komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi. Menggunakan media sebagai sarana penyampaian content pesan tersebut. Proses ini memfokuskan hal-hal yang berhubungan dengan masyarakat dan media, aspek budaya dari komunikasi massa dan dampak yang dilahirkan oleh komunikasi massa terhadap individu dan kelompok.

Selain itu komunikasi terbagi dalam beberapa jenis. Para sarjana komunikasi di Amerika Serikat membagi jenis komunikasi menjadi 5 (lima) yakni komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok kecil (*small group communication*), komunikasi organisasi (*organizational communication*), komunikasi massa (*mass communication*), dan komunikasi public (*public communication*). Sementara Joseph A. Devito membagi komunikasi menjadi empat yaitu komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok kecil, komunikasi publik dan komunikasi massa.

Ikhtisar mengenai lingkup ilmu komunikasi ditinjau dari komponennya, bentuk, sifat, metode, teknik, model, bidang dan sistemnya.

11. Komponen komunikasi
 - e. Komunikator (*communicator*)
 - f. Pesan (*message*)
 - g. Media (*media*)
 - h. Komunikan (*communicant*)

12. Proses komunikasi

- c. Proses secara primer
- d. Proses secara sekunder

13. Bentuk komunikasi

- e. Komunikasi personal (*personal communication*)
 - 3) Komunikasi intrapersonal (*interpersonal communication*)
 - 4) Komunikasi antarpersonal (*interpersonal communication*)
- f. Komunikasi kelompok (*group communication*)
 - 3) Komunikasi kelompok kecil (*small group communication*)
 - g) Ceramah (*lecture*)
 - h) Diskusi panel (*panel discussion*)
 - i) Symposium (*symposium*)
 - j) Forum
 - k) Seminar
 - l) Curah saran (*brainstorming*)
 - 4) Komunikasi kelompok besar (*large group communication / public speaking*)
- g. Komunikasi massa (*mass communication*)
 - 5) Pers
 - 6) Radio
 - 7) Televisi
 - 8) Film
- h. Komunikasi media (*media communication*)
 - 6) Surat
 - 7) Telepon
 - 8) Pamflet
 - 9) Poster
 - 10) Spanduk

14. Sifat komunikasi

- e. Tatap muka (*face to face*)
- f. Bermedia (*mediated*)
- g. Verbal
 - 3) Lisan (*oral*)
 - 4) Tulisan/ cetak (*written/printed*)
- h. Non verbal (*non-verbal*)
 - 3) Kias/isyarat badaniah (*gesture*)
 - 4) Bergambar (*pictorial*)

15. Metode komunikasi

- i. Jurnalistik (*journalism*)
 - 5) Jurnalistik cetak (*printed journalism*)
 - 6) Jurnalistik elektronik (*electronic journalism*)
 - 7) Jurnalistik radio (*radio journalism*)
 - 8) Jurnalistik televise (*television journalism*)
- j. Hubungan masyarakat (*public relation*)
- k. Periklanan (*advertising*)
- l. Pameran (*exhibition/expotition*)
- m. Publisitas (*publicity*)
- n. Propaganda
- o. Perang urat saraf (*psyschologi warfare*)
- p. penerangan

16. Teknik komunikasi

- e. Komunikasi informative (*informative communication*)
- f. Komunikasi persuasife (*persuasive communication*)
- g. Komunikasi instruktif (*instrukyive/coercive communication*)
- h. Hubungan manusiawi (*human relations*)

17. Tujuan komunikasi

- e. Perubahan sikap (*attitude change*)
- f. Perubahan pendapat (*opinion change*)

g. Perubahan perilaku (*behaviore change*)

h. Perubahan sosial (*social change*)

18. Fungsi komunikasi

e. Menyampaikan informasi (*to inform*)

f. Mendidik (*to educate*)

g. Menghibur (*to entertain*)

h. Mempengaruhi (*to influence*)

19. Model komunikasi

d. Komunikasi satu tahap (*one step flow communication*)

e. Komunikasi dua tahap (*two step flow communication*)

f. Komunikasi multi tahap (*multi step flow communication*)

20. Bidang komunikasi

j. Komunikasi sosial (*social communication*)

k. Komunikasi manajemen/organisasional (*manajement/organizational communication*)

l. Komunikasi perusahaan (*business communication*)

m. Komunikasi politik (*political communication*)

n. Komunikasi internasional (*international communication*)

o. Komunikasi antarbudaya (*intercultural communication*)

p. Komunikasi pembangunan (*development communication*)

q. Komunikasi lingkungan (*environmental communication*)

r. Komunikasi tradisional (*traditional communication*).⁸⁵

Komunikasi memiliki fungsi dan tujuan apabila dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita atau pesan tetapi sebagai

⁸⁵ Effendi, *Ilmu Komunikasi; Teori Dan Praktik* (Bandung: Rosda Karya, 2001) h. 6-9.

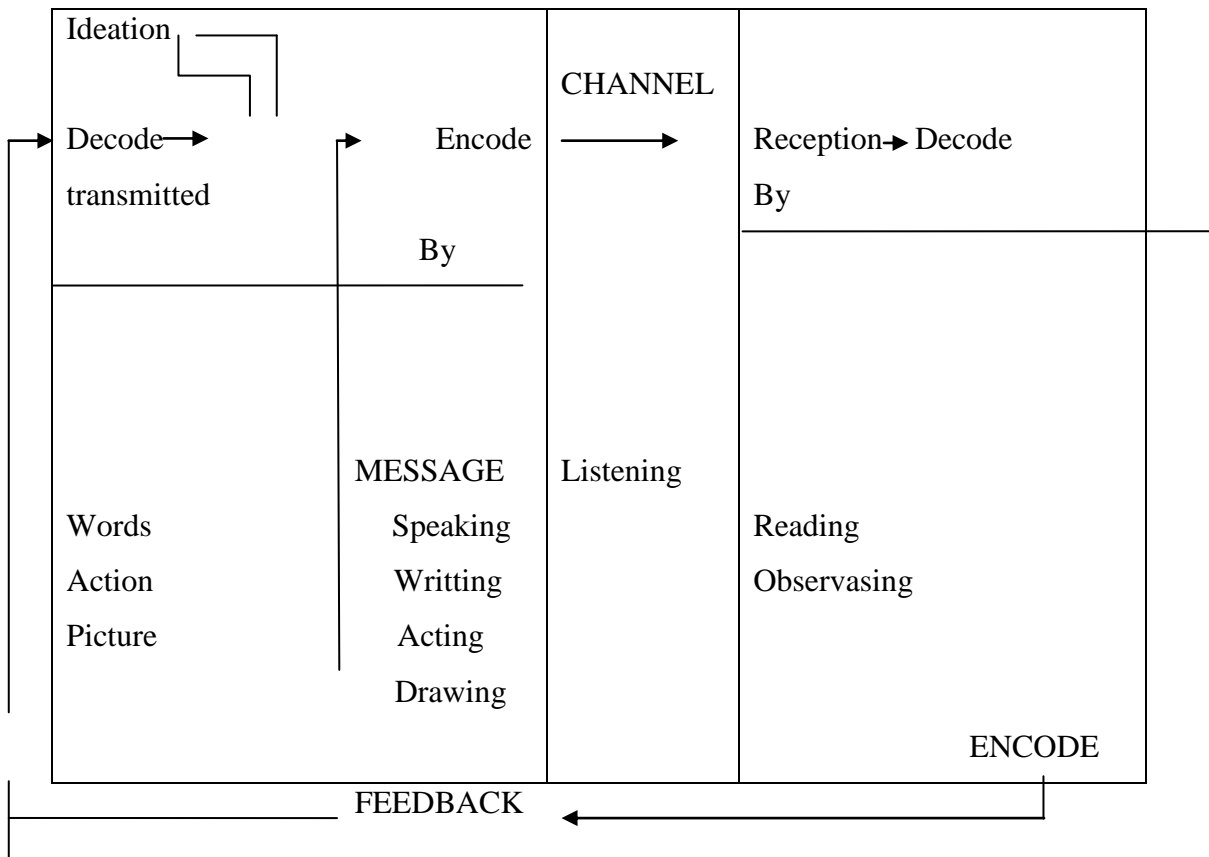
kegiatan individu dan kelompok melalui tukar-menukar data, fakta dan ide akan fungsinya dalam sistem sosial adalah sebagai berikut.⁸⁶

8. Informasi: pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, dan pesan opini dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang-orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
9. Sosialisasi (pemasarakatan): penyedia sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di masyarakat.
10. Motivasi: menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
11. Perdebatan dan diskusi: menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan dan penyelesaian perbedaan pendapat mengenai masalah public, menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kepentingan bersama di tingkat nasional dan lokal.
12. Pendidikan, pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
13. Memajukan kebudayaan : penyebaran hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetikanya.

⁸⁶ Onong Uchana Effendy, *Ilmu ...*, h. 9-10.

14. Intengrasi: menyediakan bangsa, kelompok dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang merekn perlukan agar mereka dapat saling kenal, mengerti dan menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.

Skema Model Komunikasi Antar Manusia



Sumber : Jerry W. Koehler, Karl W.E. Anatol L. Appibaum:
*Organizational Communication, Behavioral Perspectives.*⁸⁷

⁸⁷ Bungin, *Sosiologi*,...h. 255.

Dalam kehidupan sehari-hari, proses komunikasi selalu diawali oleh sumber (*source*), baik individu maupun kelompok yang berusaha berkomunikasi dengan individu atau kelompok lain.

Langkah pertama, yang dilakukan sumber adalah *ideation*, yaitu penciptaan suatu gagasan, atau seperangkat informasi yang akan diinformasikan.

Kemudian langkah kedua, suatu pesan adalah *encoding*, yaitu sumber menerjemahkan informasi tersebut melalui kata-kata, tanda-tanda atau lambang-lambang yang disengaja untuk menyampaikan informasi dan diharapkan mempunyai efek terhadap orang lain. Pesan atau *message* adalah alat-alat dimana sumber mengekspresikan gagasan dalam bentuk bahasa lisan, tulisan maupun perilaku nonverbal, seperti bahasa isyarat, ekspresi wajah gambar dan lain-lain.

Kemudian langkah ketiga merupakan proses komunikasi adalah penyampaian pesan yang telah disandi (*encode*). Sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan cara berbicara, menulis, menggambar ataupun melalui tindakan tertentu. Pada langkah ini kita mengenal istilah *channel* atau saluran yaitu alat-alat untuk menyampaikan suatu pesan. Saluran untuk komunikasi lisan adalah komunikasi tatap muka, radio dan telepon. Sedangkan saluran untuk komunikasi tertulis meliputi setiap materi yang tertulis ataupun sebuah media yang dapat memproduksi berupa kata-kata tertulis seperti, televisi, kaset video dan lain-lain. Sumber berusaha untuk membebaskan hambatan dan gangguan sehingga pesan dapat sampai kepada komunikan seperti yang dikehendaki.

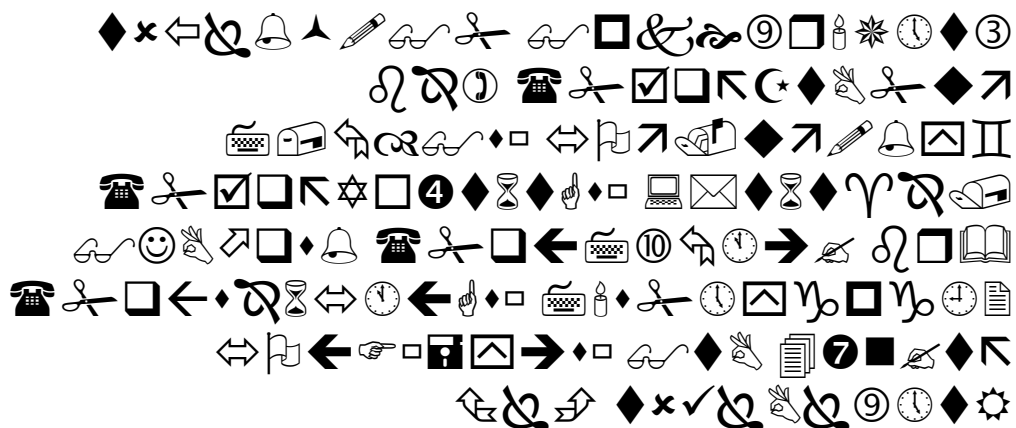
Kemudian langkah keempat selanjutnya adalah perhatian dialihkan kepada penerima pesan jika pesan itu bersifat lisan, maka penerima bersifat pendengar yang baik. Karena jika penerima tidak mendengar maka pesan tersebut akan hilang. Dalam proses ini penerima bersifat *decoding*, yaitu memberikan pengertian interpretasi terhadap pesan yang disampaikan kepadanya. Pemahaman (*understanding*) merupakan kunci untuk melakukan decoding dan hanya berlangsung dalam pikiran penerima. Dan penerimalah yang menentukan bagaimana memahami suatu pesan dan bagaimana pula memberikan respon terhadap pesan tersebut.

Kemudian langkah kelima, tahap terakhir dalam proses komunikasi adalah feed back atau umpan balik yang memungkinkan sumber mempertimbangkan kembali pesan yang telah disampaikannya kepada penerima. Respon atau umpan balik dari penerima terhadap pesan yang disampaikan sumber dapat berwujud kata-kata atau ataupun menyimpannya. Umpan balik inilah yang dijadikan landasan untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi.

5. Karakteristik Komunikasi Perspektif Islam

Di dalam bukunya Prof. Syukur Khalil dijelaskan, nilai-nilai etika dalam berkomunikasi. Ada empat nilai-nilai etika berkomunikasi menurut *Islam*, yaitu;

- 5) Bersifat jujur (*fairness*) yaitu tidak menyampaikan hal-hal yang tidak diketahui, adil dan tidak memihak, tidak bertentangan antara ucapan dan perbuatan, serta mempertimbangkan kewajaran dan kelayakan suatu informasi yang disampaikan atau yang disiarkan.
- 6) Keakuratan informasi yaitu hendaklah informasi yang disampaikan benar-benar akurat, terlebih di teliti secara teramat dan seksama. Komunikan harus senantiasa bersikap teliti dan hati-hati dalam menerima informasi, sehingga tidak merugikan orang lain. Firman Allah Swt Q.S Al-Hujarat/49: 6, yaitu:



Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu

musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.⁸⁸

- 7) Bebas dan bertanggung jawab yaitu dalam komunikasi yang islami, komunikator mempunyai kebebasan ataupun isyarat. Namun komunikator tidak dapat memaksakan kehendaknya kepada komunikan untuk menerimanya kendatipun informasi yang disampaikan mengandung nilai-nilai kebenaran. Tetapi kebebasan yang diberikan untuk menerima dan menyebarkan informasi haruslah dibarengi dengan rasa tanggung jawab baik isi maupun cara penyampaiannya untuk kemaslahatan ummat manusia.
- 8) Kritik yang membangun yaitu informasi yang diberikan hendaklah yang bersifat membangun sehingga dapat dijadikan sebagai ajuan atau pedoman bagi komunikator sebagai penyampai pesan maupun bagi komunikan sebagai penerima pesan untuk dijadikan materi perbaikan masa depan serta data. Kemudian pula dijadikan sebagai intrefeksi diri agar tidak terulang kembali perbuatan yang salah dimasa mendatang.

T. Prinsip Komunikasi Menurut Islam

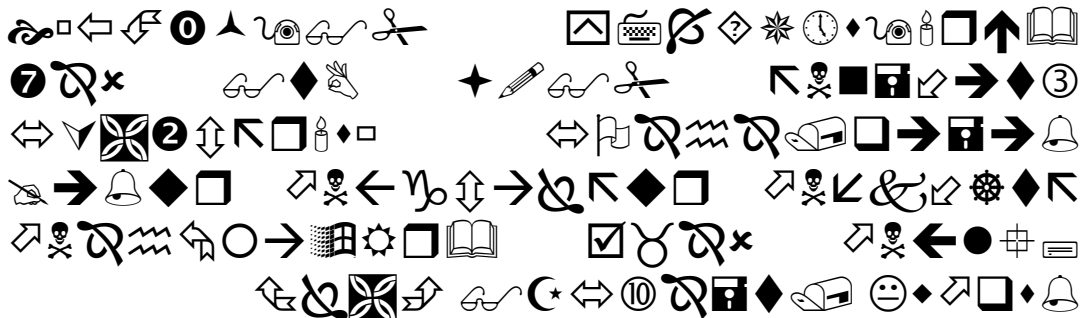
Komunikasi yang dilaksanakan oleh seorang komunikan tidak terlepas dari bahasa yang digunakan, bahasa Dakwah atau komunikasi yang diperintahkan Allah Swt dalam Al-qur'an dengan cara dan strategi tertentu. Komunikasi yang dianjurkan itu dengan cara lemah lembut, indah dan santun, karena dengan bahasa yang demikian akan membekas pada jiwa, memeberi harapan pada pendengar untuk dapat dikendalikan dan digerakkan kearah yang di inginkan oleh komunikan.

Dalam Al-qur'an, terdapat beberapa model komunikasi yang dijadikan pedoman dalam berkomunikasi atau berdakwah, yaitu:

- f. *Qaulān Al-balighā* (perkataan yang membekas pada jiwa)

⁸⁸ Departemen Agama RI, *Al-qur'an Dan...*, h. 412.

Model komunikasi *Qaulān Al-balighā* terdapat pada Q.S An-Nisa/4: 63, yaitu:



Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan Katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka⁸⁹

Maksud dari ayat diatas perilaku orang munafik ketika diajak untuk memahami hukum Allah Swt, ketika mereka mendapatkan kesenangan maka mereka lupa kepada Allah Swt dan menghalangi orang lain untuk taat kepada sang pencipta, namun ketika mereka mendapatkan sedikit musibah barulah mereka datang untuk memohon perlindungan dan pertolongan dari Allah Swt. Kondisi orang-orang munafik seperti ini sangat membutuhkan penjelasan, penerangan serta pelajaran dengan cara yang membekas pada jiwa mereka dan mengesankan.

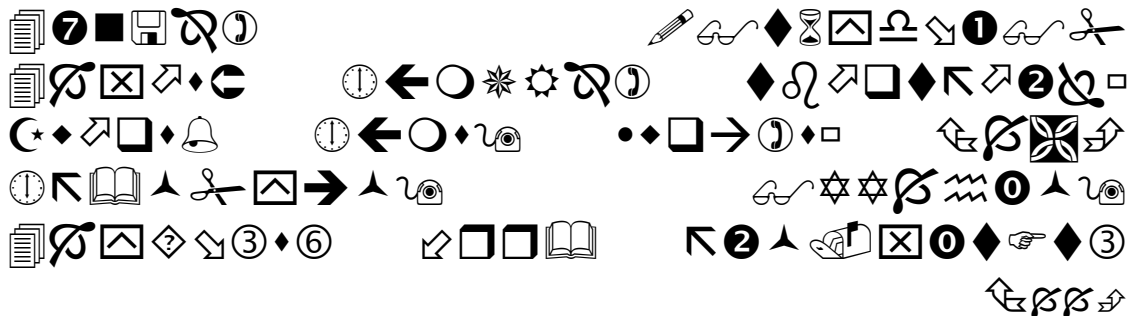
Merujuk dari asal katanya *al-baligha* yang artinya sampai atau *fasih*, maka untuk berkomunikasi dengan orang munafik diperlukan komunikasi yang efektif yang dapat menggugah hatinya dan jiwanya yang paling dalam, karena pada diri orang munafik terpendam rasa dusta, khianat, dan ingkar janji, maka kalau hatinya tidak tersentuh dengan sejuak maka akan sulit untuk menundukkan jiwa dan hatinya yang fitrah.⁹⁰

g. *Qaulān Al- layyinā* (perkataan yang lembut)

⁸⁹ Departemen Agama RI, *Alqur'an Dan...*, h. 70

⁹⁰ H. Munzeir Suparta dan H. Harjani Hefni (ed), *Metode Dakwah* (Jakarta: Rahmad Semesta, 2006), h. 167.

Term *Qaulān Al- layyinā* terdapat pada Q.S Thaha/20: 43-44, yang secara harfiah yang diartikan sebagai komunikasi secara lemah lembut. Berkomunikasi atau berbicara secara lemah lembut adalah perintah Allah Swt kepada nabi Musa dan Harun yang menyampaikan *Tabsyier* dan *izhar* kepada Fir'aun dengan perkataan yang lemah lembut (*Qaulān Al-balighā*) karena pada saat itu Fir'aun telah memegang kekuasaan dengan melampaui batas, karena itu Musa dan Harun merasa cemas untuk bertemu dengan raja Fir'aun yang kejam, sebab itu Allah SWT memerintahkan untuk berkata lemah lembut, firman dalam Q.S Thaha/20: 43-44



43. Pergilah kamu berdua kepada Fir'aun, Sesungguhnya dia Telah melampaui batas
 44. Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut.⁹¹

Dalam menghadapi penguasa yang tirani. Al-qur'an mengajarkan agar komunikasi dengan lemah lembut dan menyejukkan, tidak bersifat kasar dan lantang mengandalkan kekuasaan yang memiliki, karena akan memancing sifat egois dan respon yang kurang menguntungkan, sehingga peluang untuk menyampaikan pesan berupa dialog menjadi terlambat. Komunikasi yang dilandasi dengan kecurigaan dan tidak saling pengertian akan membawa kepada jurang pemisah yang lebih dalam, sehingga komunikasi atau dakwah tidak berjalan dengan baik atau lancar.

h. *Qaulān Al-Ma'rufān* (perkataan yang baik)

⁹¹ Departemen Agama RI, *Al-qur'an Dan...*, h.251.

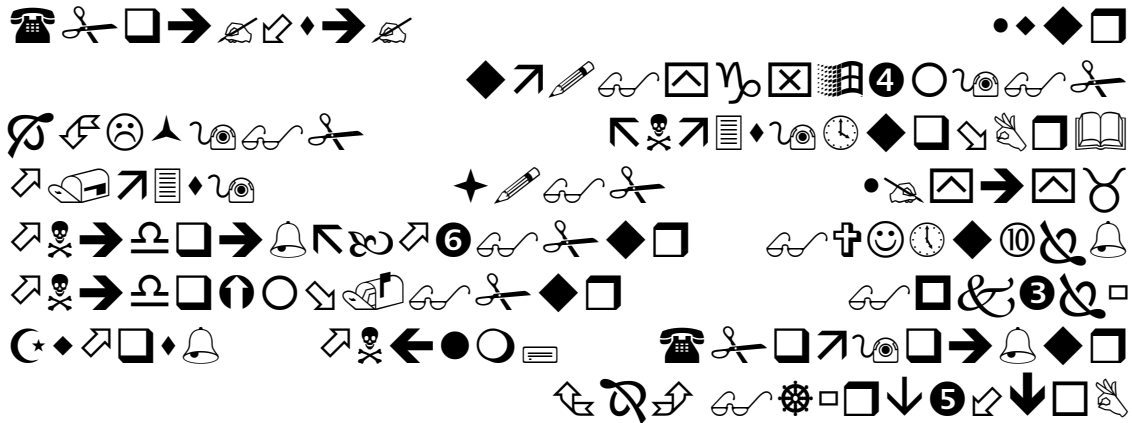
Secara sederhana *Qaulān Al-Ma'rufān* dapat diterjemahkan secara etimologi adalah *al-khair* atau *ihsan*, yang berarti baik-baik. Jadi *Qaulān Al-Ma'rufān* mengandung makna perkataan atau ungkapan yang pantas baik. Ungkapan *Qaulān Al-Ma'rufān* terdapat dalam Q.S Al-Baqarah/2: 235, yaitu:



Dan tidak ada dosa bagi kamu meminang wanita-wanita itu dengan sindiran atau kamu menyembunyikan (keinginan mengawini mereka) dalam hatimu. Allah mengetahui bahwa kamu akan menyebut-nyebut mereka, dalam pada itu janganlah kamu mengadakan janji kawin dengan mereka secara rahasia, kecuali sekedar mengucapkan (kepada mereka) perkataan yang ma'ruf. dan janganlah kamu ber'azam (bertetap hati) untuk beraqad nikah, sebelum habis 'iddahnya. dan Ketahuilah bahwasanya Allah

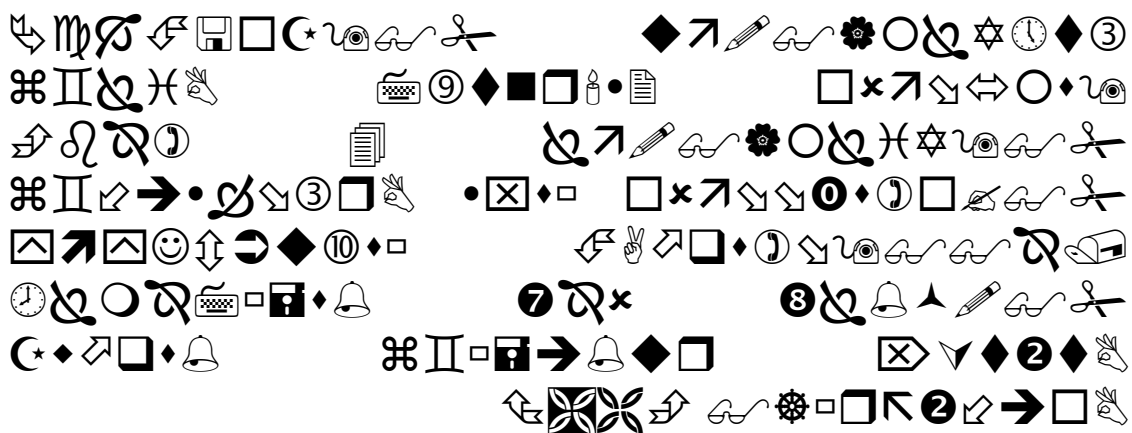
mengetahui apa yang ada dalam hatimu; Maka takutlah kepada-Nya, dan Ketahuilah bahwa Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyantun⁹²

Kemudian *Qaulān Al-Ma'rufān* juga terdapat pada Q.S An-Nisa/4 :5, yaitu:



Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum Sempurna akal nya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan Pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik.⁹³

Q.S Al-Ahzab/33: 32, yaitu:



⁹² Ibid..., h. 30.
⁹³ Ibid..., h. 61.

Hai isteri-isteri nabi, kamu sekalian tidaklah seperti wanita yang lain, jika kamu bertakwa. Maka janganlah kamu tunduk dalam berbicara sehingga berkeinginanlah orang yang ada penyakit dalam hatinya dan ucapkanlah perkataan yang baik,⁹⁴

Selanjutnya Jalaluddin Rahmat menjelaskan bahwa *qaulan al-ma'rufan* adalah perkataan yang baik. Allah Swt menggunakan kata ini ketika berbicara tentang kewajiban orang-orang kaya atau orang kuat terhadap orang-orang yang miskin atau lemah. *Qaulān Al-Ma'rufān* berarti pembicaraan yang bermamfaat, memberikan pengetahuan, mencerahkan pemikiran, menunjukkan pemecahan terhadap kesulitan kepada orang lemah, jika kita tidak dapat membantu secara material, kita harus membantu proses komunikasi secara psikologis.⁹⁵

i. *Qaulān Al-Maisyurā* (perkataan yang ringan)

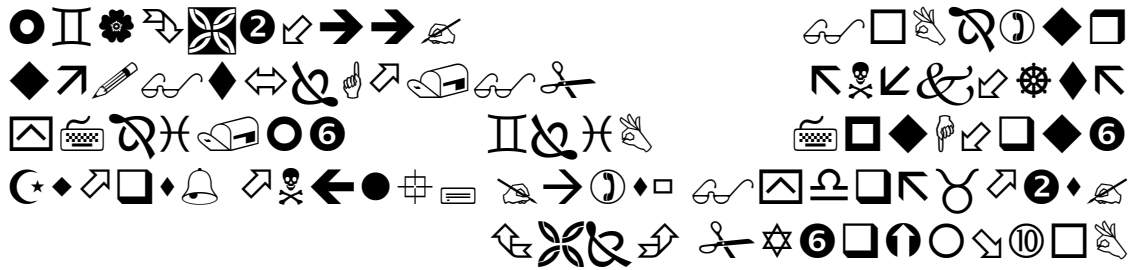
Kalimat *al-Maisyurā* berasal dari kata *yasr*, yang artinya mudah. Jadi *Qaulān Al-Maisyurā* adalah lawan kata dari *al-ma'sura*, yaitu perkataan yang sulit. Sebagai bahasa komunikasi, *Qaulān Al-Maisyurā* artinya perkataan yang mudah di terima, dan ringan, yang pantas, yang tidak berliku-liku.

Dakwah dengan *Qaulān Al-Maisyurā* berarti pesan yang disampaikan itu sederhana, mudah di mengerti dan dapat di pahami secara spontan tanpa harus berfikir dua kali, pesan dakwah seperti ini tidak memerlukan *dalil naqli* maupun argument dan logika yang mendalam. Dengan demikian dapat di katakan bahwa informasi yang di sampaikan hendaklah merupakan ucapan yang layak dan baik untuk diucapkan.⁹⁶ Hal ini sebagaimana firman Allah Swt yang terdapat pada Q.S Al-Al-Is'ra/17: 28, yaitu:

⁹⁴ *Ibid...*, h. 337

⁹⁵ Djalaluddin Rachmat, *Islam Aktual* (Bandung: Mizan, 1996), h. 83.

⁹⁶ S. Salahuddin Suyurno, Hajaimah, Hj. Ismail, Ali Faezah Ramlan, *Islam dan komunikasi* (Malaysia: Iniversiti UPENA, 2007), h. 63.



Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, Maka Katakanlah kepada mereka Ucapan yang pantas .⁹⁷

Dakwah dengan pendekatan *Qaulān Al-Maisyurā* harus menjadikan pertingan yang matang bagi seorang *da'i* untuk menentukan *mad'u*, apakah orang tua atau kelompok orang tua yang merasa di tuakan, atau orang yang merasa di zalimi haknya oleh orang lain yang lebih kuat dalam berbagai hal, maupun masyarakat yang secara social berada di bawah garis kemiskinan.⁹⁸

j. *Qaulān Al-Karīmā* (perkataan yang mulia)

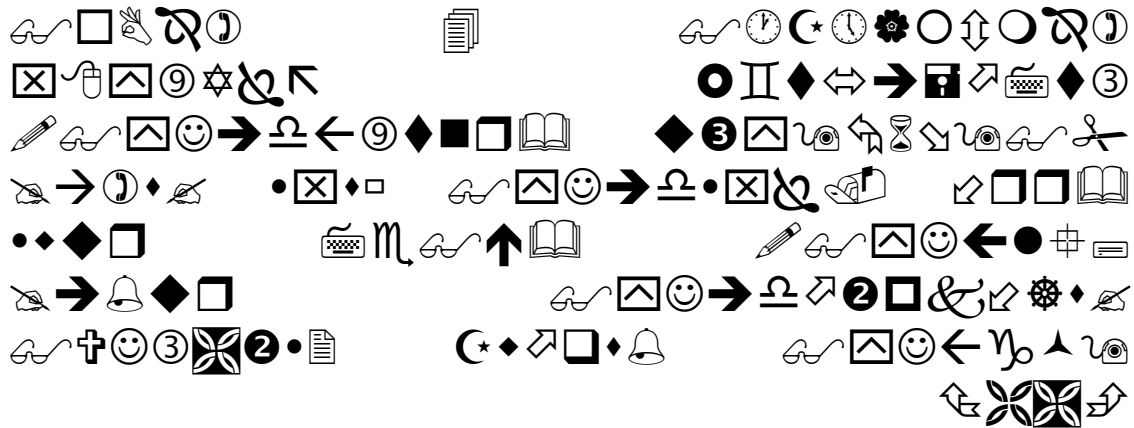
Dalam menyampai pesan dakwah hendaklah berupa perkataan perkataan yang mulia, termasuk di dalamnya menjauhkan diri dari pada mengupat, membuat fitnah, mengadu domba, bongkak, sombong dan takabbur.

Dakwah dengan *Qaulān Al-Karīmā*, sasarannya adalah orang yang telah lanjut usia, maka pendekatan yang digunakan adalah dengan perkataan yang mulia, santun, penuh penghormatan dan penghargaan tidak menggurui serta tidak perlu retorika yang meledak-ledak. Bentuk perkataan *Qaulān Al-Karīmā* terdapat dalam Q.S Al-Isra/17: 23, yaitu:



⁹⁷ Departemen Agama RI, *Al-qur'an Dan...*, h. 227.

⁹⁸ H. Munzeir Suparta dan H. Harjani Hefni, *Metode*, h. 169.



Dan Tuhanmu Telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, Maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia⁹⁹

Dalam perspektif dakwah maka term *Qaulān Al-Karīmā* ditujukan kepada orang yang sudah lanjut usia, maka perlakuan yang dipergunakan hendaknya dianggap seperti orang tua kita sendiri, yakni tidak boleh berkata kasar, menyinggung perasaannya, kendatipun memang tidak ada jaminan bahwa orang yang sudah tua tidak memiliki kesalahan dan kekhilafan baik perkataan maupun perbuatannya, namun untuk memberikan dakwah berupa perubahan sikap atas kesalahannya hendaklah dilakukan dengan *bil-hikmah* dan penuh dengan kasih sayang yang dilandasi dengan *Qaulān Al-Karīmā*

U. Komunikasi Antarpribadi

Dalam catatan sejarah yang jauh lebih luas para ilmuwan komunikasi telah menempatkan studi mengenai komunikasi antarpribadi ke dalam bidang yang lebih luas mengenai komunikasi dan sebagai fokus studi ke dalam *speech communication*.

⁹⁹ Departemen Agama RI, *Al-qur'an Dan...*, h. 227

Studi komunikasi antarpribadi mulai berkembang secara besar-besaran di Amerika Serikat sejak tahun 1960-an.

Diawal tahun 1990-an, Georg Simmel (1908-1950) telah melakukan observasi secara cermat mengenai komunikasi antarpribadi yang sampai sekarang masih diperdebatkan meliputi konsep-konsep seperti *Reciprocal Knowledge, Characteristics Of The Dyad, Interaction, Rituals, Secrecy, Lies And Truth, Dan Types Of Social Relationships*.¹⁰⁰

Tahun 1920-an dan 1930-an banyak para intelektual studi komunikasi antarpribadi telah disemai. Elton Mayo dan para koleganya dari *Harvard business scholl* menemukan kekuatan potensial mengenai interaksi sosial dan hubungan-hubungan di tempat kerja.

Komunikasi antarpribadi merupakan pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek dan *Feedback* yang langsung.¹⁰¹ Joseph Devito dalam bukunya yang diterjemahkan oleh Agus Maulana yang berjudul *Komunikasi Antar Manusia* mendefenisikan komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang terjadi di antara dua orang yang mempunyai hubungan yang jelas di antara mereka.¹⁰²

Wardani mengemukakan bahwa komunikasi *interpersonal* dapat di defenisikan sebagai komunikasi yang berlangsung secara informal antar dua orang individu.¹⁰³ Menurut Arni komunikasi *interpersonal* adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya. Pesan mulai dan berakhir dalam diri individu masing-masing komunikasi *interpersonal* mempengaruhi komunikasi dan hubungan dengan orang lain.¹⁰⁴

¹⁰⁰ Muhammad Budiyatna, *Teori Komunikasi Antarpribadi* (Jakarta: Kencana, 2011) h. 21.

¹⁰¹ Dassrun Hidayat, *Komunikasi Antar Pribadi Dan Mediana, Fakta Penelitian Fenomenologi Orang Tua Karir Dan Anak Remaja* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 41.

¹⁰² *Ibid.*, h. 50

¹⁰³ Igak Wardani, *Teori Belajar, Motivasi dan Keterampilan Mengajar* (Jakarta: PAU-PPAI universitas terbuka, 1997).

¹⁰⁴ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), h. 7.

Kemudian Tubbs, dan Moss menyebutkan komunikasi *interpersonal* adalah komunikasi personal tatap muka berlangsung secara dialogis sambil saling menatap sehingga terjadi kontak pribadi. Dalam situasi tatap muka, para ahli komunikasi menganggap jenis komunikasi *interpersonal* merupakan komunikasi yang paling efektif untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku seseorang.¹⁰⁵

Pance and Boren dikutip oleh Pace and Faules menyatakan bahwa hubungan *Interpersonal* akan berhasil bila melakukan hal-hal berikut ini: (1) menjaga kontak pribadi yang akrab tanpa menumbuhkan perasaan bermusuhan, (2) menetapkan dan menegaskan identitas dan dalam hubungan dengan orang lain tanpa membesar-besarkan ketidaksepakatan, (3) menyampaikan informasi kepada orang lain tanpa menimbulkan kebingungan, kesalahpahaman, penyimpangan atau perubahan lainnya yang di sengaja, (4) terlibat dalam pemecahan masalah yang terbuka tanpa menimbulkan sikap bertahan atau menghentikan proses, (5) membantu orang-orang lainnya untuk mengembangkan gaya hubungan personal dan antar personal yang efektif, dan (6) ikut serta dalam interaksi sosial informal tanpa terlibat dalam muslihat atau gurauan atau hal-hal lainnya yang mengganggu komunikasi yang menyenangkan. Selanjutnya dinyatakan bahwa ada enam kebutuhan *interpersonal*, yaitu: keterterimaan, hubungan, pergaulan, penghargaan, pengendalian dan pengaruh.¹⁰⁶

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah komunikasi perorangan yang bersifat pribadi baik secara langsung tanpa medium maupun tidak langsung melalui medium. Contohnya, percakapan tatap muka (*face to face communication*), percakapan melalui telepon, surat menyurat secara pribadi. Teori komunikasi antarpribadi umumnya menfokuskan pengamatannya pada bentuk-bentuk dan sifat hubungan (*relationship*), percakapan (*discourse*), interaksi dan karakteristik komunikator.

¹⁰⁵ Stewarr Tubbs, Silvia Moss, *Human Communication (Prinsip-prinsip Dasar)*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), h. 35.

¹⁰⁶ R Wayne Pace dan F. Faules, *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, terj. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1993).

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih yang dapat berlangsung secara tatap muka maupun menggunakan media atau alat bantu seperti telepon, surat dan sebagainya. Effendi mengatakan bahwa komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang berlangsung secara dialogis sehingga terjadi kontak pribadi.¹⁰⁷

Joseph A. DeVito mendefinisikan komunikasi antarpribadi sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antar dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.¹⁰⁸

Liliweri mengemukakan bahwa komunikasi antarpribadi merupakan suatu proses sosial dimana orang-orang yang terlibat di dalamnya saling mempengaruhi.¹⁰⁹ Kemudian William F. Gluck dalam bukunya yang berjudul: “*Manajemen*”, menyatakan bahwa *interpersonal communication* atau komunikasi antarpribadi yaitu proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih didalam suatu kelompok kecil.¹¹⁰

Komunikasi antarpribadi banyak membahas tentang bagaimana suatu hubungan dimulai, di pertahankan atau mengalami kemunduran. Sub pembahasan dalam komunikasi antarpribadi antara lain, keluarga, pertemanan, pernikahan dan lain-lain.

Pada hakikatnya komunikasi antarpribadi juga memiliki fungsi dan tujuan sebagaimana fungsi dan tujuan ilmu-ilmu lainnya. Seperti fungsi komunikasi adalah mengendalikan lingkungan guna mendapatkan imbalan-imbalan tertentu berupa fisik, ekonomi dan sosial. Sebagai fungsi utama dalam komunikasi antarpribadi adalah mengenai pengendalian lingkungan guna mendapatkan imbalan seperti dalam bentuk fisik, ekonomi dan sosial. Keberhasilan yang relatif dalam melakukan pengendalian lingkungan melalui komunikasi menambah kemungkinan menjadi bahagia,

¹⁰⁷ Onong Uchana Effendy, *Ilmu ...*h. 125.

¹⁰⁸ Riyono Pratikto, *Berbagai Aspek Ilmu Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1987), h. 42.

¹⁰⁹ Alo Liliweri, *Komunikasi Antarpribadi* (Bandung: PT. Citra Aditiya Bakti, 1996), h. 12.

¹¹⁰ A.W Widjaja, *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta: Bina Aksara, 1986), h. 8.

kehidupan pribadi yang produktif. Kegagalan relative mengarah kepada ketidakbahagiaan yang akhirnya bias terjadi krisis identitas diri.

Komunikasi antarpribadi juga memiliki fungsi ganda, berdimensi ganda dan berperasaan ganda. Termotivasi oleh tujuan-tujuan instrumental, relasional dan identitas. Mencoba menyelesaikan tujuan-tujuan ganda seperti menyusun dan mengatur pembicaraan, penciptaan pesan, pengungkapan emosi dan komunikasi relational.

Komunikasi antarpribadi terdiri dari perilaku strategis dan non strategis. Sifatnya yang berorientasi pada tujuan. Kebanyakan komunikasi antarpribadi diperankan secara sadar dan sengaja untuk mencapai fungsi-fungsi ganda dan menegosiasi yang hadir menyampaikan dan menerima permintaan-permintaan. Hal ini dikerjakan oleh apa yang dinamakan perilaku-perilaku strategis, yaitu strategis dalam arti mencerminkan rencana-rencana skala besar dan tujuan-tujuan sebagai kebalikan dari kebiasaan perilaku khusus atau taktik. Komunikasi antarpribadi memerlukan kesadaran yang tinggi dan aktivitas yang terencana.

Komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi yang prosesnya memungkinkan berlangsungnya secara dialogis. Komunikasi dialogis adalah bentuk komunikasi antarpribadi yang menunjukkan terjadinya intraksi. Mereka yang terlibat dalam komunikasi bentuk ini berfungsi ganda, masing-masing menjadi pembicara dan pendengar secara bergantian. Dalam proses komunikasi dialogis terlihat adanya upaya dari pelaku komunikasi untuk terjadinya pengertian bersama (*mutual understanding*) dan empati.

Komunikasi antarpribadi sangat potensial untuk menjalankan fungsi instrumental sebagai alat untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena kita dapat menggunakan kelima alat indera untuk mempertinggi daya bujuk pesan yang kita komunikasikan kepada komunikasi kita. Bertemu langsung dengan komunikasi adalah cara yang paling ampuh untuk mempengaruhi dan memberikan pencerahan kepada orang lain. Sebagai contoh, mahasiswa akan lebih cepat menerima pelajaran langsung dari dosennya dari pada membaca buku walaupun buku tersebut di tulis

oleh penulis handal sekalipun. Pertemuan yang secara langsung akan memberikan pengaruh langsung pula terhadap komunikannya.

Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapanpun, selama manusia mempunyai emosi. Kenyataannya komunikasi tatap-muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya, berbeda dengan komunikasi dengan menggunakan media massa seperti surat kabar, televisi.

Derajat keakraban dalam komunikasi antarpribadi dialogis pada situasi tertentu bisa berbeda. Komunikasi *horizontal* selalu menimbulkan derajat keakraban yang lebih tinggi ketimbang komunikasi *vertical*. Yang dimaksud *horizontal* adalah komunikasi antar orang-orang yang memiliki kesamaan dalam apa yang disebut Wilbur Schramm, *Frame of reference* (kerangka referensi) yang kadang-kadang dinamakan juga *field of experience* (bidang pengalaman). Para pelaku komunikasi yang mempunyai kesamaan dalam *frame of reference/field of experience* itu adalah mereka yang sama atau hampir sama dalam tingkat pendidikan, jenis profesi atau pekerjaan, agama, bangsa, hobi, ideology, dan lain sebagainya.

Jika dibanding dengan bentuk komunikasi lainnya, komunikasi antarpribadi dinilai paling baik dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan. Alasannya, komunikasi antarpribadi dilakukan secara tatap muka dimana antara komunikator dan komunikan saling terjadi kontak pribadi, pribadi komunikator menyentuh pribadi komunikan, sehingga aka nada umpan balik yang seketika (bisa dalam bentuk perkataan, ekspresi wajah ataupun *gesture*).

Proses komunikasi antarpribadi mempunyai keunikan, selalu dimulai dari proses hubungan yang bersifat Psikologi selalu mengakibatkan keterpengaruhan. Komunikasi ini lah yang dianggap sebagai suatu teknik psikologis manusiawi. Dalam omunikasi antarpribadi melalui tatap muka ini digunakan sebagai isyarat. *Verbal* dan *non verbal*.

Tidak banyak masyarakat dapat melakukan komunikasi yang dikarakterisasikan dengan komunikasi antarpribadi. Karena semua orang berbeda

dalam kemampuannya melakukan komunikasi antarpribadi. Kemudian pula terdapat perbedaan antar komunikasi antarpribadi dengan hubungan antarpribadi. Komunikasi antarpribadi terjadi jika seseorang berdasarkan prediksinya tentang reaksi orang lain dengan data psikologi. Sedangkan hubungan antarpribadi memerlukan paling sedikit dua orang berkomunikasi secara antarpribadi.

Apabila prediksi mengenai hasil komunikasi terutama didasarkan pada tingkat analisis kultural dan sosiologis maka komunikator terlibat dalam komunikasi non-antarpribadi. Apabila prediksi terutama didasarkan pada tingkat analisis psikologis, maka komunikator terlibat dalam komunikasi antarpribadi.

Pada tingkat yang non-antarpribadi yaitu kultural dan sosiologis, prediksi mengenai hasil-hasil komunikasi dapat disamakan generalisasi rangsangan atau *stimulus generalization*. Individu yang melakukan prediksi yang mencari persamaan diantara para komunikator lainnya. misalnya, atas dasar pengetahuan tentang seorang profesor, seorang dapat menggeneralisasikan bahwa profesor disemua perguruan tinggi memiliki gelar sarjana tinggi, terikat pada ilmu pengetahuan dan mampu menjadi promotor mahasiswa.

Komunikasi antarpribadi dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran makna antar orang-orang yang saling berkomunikasi dan komunikasi terjadi secara tatap muka (*face to face*) antar dua individu. Dalam pengertian tersebut terkandung tiga aspek: Pertama, pengertian proses, yaitu mengacu pada perubahan dan tindakan yang berlangsung terus-menerus. Kedua, komunikasi antarpribadi merupakan suatu pertukaran, yaitu tindakan menyampaikan dan menerima pesan secara timbal balik. Ketiga, mengandung makna yaitu sesuatu yang dipertukarkan dalam proses tersebut, adalah kesamaan pemahaman diantara orang-orang yang berkomunikasi terhadap pesan-pesan yang digunakan dalam proses komunikasi.

Sebagai kebalikannya, pada tingkat antarpribadi prediksi dengan dasar psikologi tentang hasil komunikasi dapat disamakan dengan perbedaan rangsangan atau *stimulus generalization*. Seseorang melakukan prediksi dengan mencari perbedaan-perbedaan yang relevan pada komunikator lainnya. Apabila prediksi

didasarkan pada pembedaan rangsangan dan bukan pada generalisasi rangsangan berkenaan dengan profesor tertentu, maka kita dapat bertanya pada diri kita bagaimana profesor itu berbeda dengan profesor-profesor lainnya dengan siapa kita menerima pelajaran. Dari penjelasan definisi ini dapat ditarik sebuah pemahaman bahwa komunikasi antarpribadi meliputi komunikasi yang dilakukan secara pribadi, dengan *feedback* langsung dan dapat menimbulkan efek langsung.

Hubungan dalam komunikasi antarpribadi terbina melalui tahap-tahap. menumbuhkan keakraban secara bertahap, melalui langkah atau tahap. Kelima tahap ini adalah kontak, keterlibatan, keakraban, perusakan, dan pemutusan. Tahap-tahap ini menggambarkan hubungan seperti apa adanya. Tahap-tahap ini tidak mengevaluasi atau menguraikan bagaimana seharusnya hubungan itu berlangsung, tahap-tahap ini antara lain:¹¹¹

- f. Kontak, pada tahap pertama kita membuat kontak, ada beberapa macam persepsi alat indra (melihat, mendengar, membaui seseorang). Menurut beberapa riset selama tahap inilah dalam empat menit pertama intraksi awal. Pada tahap ini penampilan fisik begitu penting karena dimensi fisik paling terbuka untuk diamati secara mudah. Namun demikian, kualitas-kualitas lain seperti sikap bersahabat, kehangatan, keterbukaan dan dinmisme juga terungkap pada tahap ini. Jika anda menyukai orang ini dan ingin melanjutkan hubungan maka akan beranjak ke tahap dua.
- g. Keterlibatan, tahap keterlibatan adalah tahap pengenalan lebih jauh, ketika kita mengikatkan diri kita untuk mengenal orang lain dan juga mengungkapkan diri kita, jika ini adalah hubungan yang romantic, maka ini di sebut tahap kencan.
- h. Keakraban, pada tahap keakraban, kita mengikat diri lebih jauh dengan orang lain. Hubungan dalam keakraban disebut sebagai hubungan primer (*primary relationship*), dimana orang menjadi shabat baik atau kekasih.

¹¹¹ Joseph A.Devito, *Komunikasi Antar Manusia* (Jakarta: Professional Books, 1997), h. 233-235.

- i. Perusakan, dua tahap berikutnya merupakan penurunan hubungan, keik ikatan diantara kedua pihak melemah. Pada tahap peruskan mulai merasa bahwa hubungan ini mungkin tidaklah sepenting apa yang dipikirkan sebelumnya. Hubungan akan semakin jauh. Makin sedikit waktu senggang yang dilalui bersama dan bila bertemu akan berdiam sendiri, tidak lagi banyak mengungkapkan diri. Jika tahap perusakan ini berlanjut maka memasuki tahap pemutusan.
- j. Pemutusan, tahap pmutusan adalah pemutusan ikatan yang dipertalikan kedua pihak. Jika bentuk ikatan ini adalah perkawinan, pemutus hubungan dilambangkan dengan perceraian, walaupun pemutusan hubungan actual dapat berupa hidup berpisah. Adakalanya terjadi peredaan, kadang-kadang ketegangan dan keresahan makin meningkat, saling tuduh dan permusuhan.

Di dalam Alqur'an banyak kita jumpai ayat-ayat yang berkenaan dengan komunikasi *interpersonal*. Ayat-ayat Alqur'an yang terkait dengan kategori komunikasi *interpersonal* tersebut adalah sebagai berikut: Q.S. Al-Baqarah 12:30-31, 35-37, 61, 67-71, Ali Imran/3:37-41, 45-47; Q.S Al-Maidah/5:21-26, 109, 111-120; Q.S Al-An'am/6:20-24; Q.S Al-A'raf/7:11-24, 70-71, Q.S Al Hud/11:42-44, Q.S Yusuf/12:4-5, 11-14, 23-29, 31-32, 88-93, 99-101; Q.S. Ibrahim/14;10-14; Q.S. Al-Hijr/15:32-43; Q.S Al-Isra'/17:61-65, 107-109; Q.S. Al-Kahfi/18:37-41, 66-82, 92-98; Q.S Maryam/19:18-21, 27-33, 42-48; Q.S. Al Mukminun/23:26-29, 39-41, 112-116; Q.S. Al Furqon/25:4-9, Q.S. Asy-Syuara/26: 10-51, 70-82, 106-119, 142-159, 61-174, 177-191, 18, Q.S. Azzukruf/43:58-54.

Salah satu contoh ayat Al-qur'an yang berkenaan dengan komunikasi interpersonal adalah pada Q.S Al-Baqarah/2: 30-31, yaitu:





30. Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi." mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui."

31. Dan dia mengajarkan kepada Adam nama-nama (benda-benda) seluruhnya, Kemudian mengemukakannya kepada para malaikat lalu berfirman: "Sebutkanlah kepada-Ku nama benda-benda itu jika kamu mamang benar orang-orang yang benar!"¹¹²

V. Tujuan Komunikasi Antarpribadi

Pada setiap proses komunikasi memiliki tujuan tertentu sebagai efek yang akan ditimbulkan oleh pesan yang akan disampaikan tersebut. komunikasi

¹¹² Departemen Agama RI, *Alquran Dan...*, h. 6

antarpribadi juga memiliki tujuan agar komunikasi antarpribadi tetap berjalan dengan baik. Adapun tujuan dari komunikasi antarpribadi adalah sebagai berikut:¹¹³

f. Menemukan Diri Sendiri

komunikasi antarpribadi adalah proses penemuan diri sendiri atau pribadi. Bila kita terlibat dalam pertemuan interpersonal dengan orang lain kita belajar banyak sekali tentang diri kita maupun orang lain. Komunikasi antarpribadi memberikan kesempatan pada kita untuk berbicara tentang apa yang kita sukai, atau mengenai diri kita sukai, atau mengenai diri kita. Menarik dan mengasyikkan bila berdiskusi mengenai perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita sendiri. Dengan membicarakan diri kita dengan orang lain, kita memberikan sumber balikan yang luar biasa pada perasaan, pikiran dan tingkah laku kita.

g. Mengetahui Dunia Luar

Dalam komunikasi antarpribadi setiap individu mampu mengetahui dan memahami lebih banyak tentang diri kita dan orang lain yang berkomunikasi dengan kita. Banyak informasi yang kita ketahui di dapat dari komunikasi antarpribadi, meskipun banyak informasi yang kita terima dari media massa, namun pada akhirnya informasi tersebut sering sekali di diskusikan yang kemudian di pelajari atau di dalam melalui interaksi interpersonal. Tidak dapat di pungkiri bahwa komunikasi antarpribadi menjadikan individu semakin leluasa mendapatkan informasi.

h. Menciptakan dan Memelihara Hubungan Menjadi Bermakna

Melakukan hubungan antarpribadi merupakan silaturahmi yang membentuk dan memelihara hubungan baik dengan orang lain. Banyaknya waktu yang kita pergunakan dalam komunikasi antarpribadi diabadikan untuk membentuk dan menjaga hubungan social dengan orang lain atau human relation. Semakin sering kita melakukan komunikasi antarpribadi maka peluang untuk memelihara hubungan akan terbuka lebar dan bermakna positif.

¹¹³ Marhaeni Fajar, *Ilmu*, h. 78-80.

i. Mengubah Sikap dan Perilaku

Komunikasi antarpribadi secara cepat atau perlahan akan mampu mengubah sikap dan tingkah laku orang lain. Dengan adanya komunikasi ini, maka diharapkan terjadi perubahan perilaku yang negative menjadi positif untuk menunjang perubahan. Secara tujuan, dalam komunikasi antarpribadi adalah untuk merubah sikap dan perilaku komunikannya kepada apa yang diharapkan oleh komunikator. Dalam hal ini efek yang akan ditimbulkan oleh komunikasi adalah pandangan pertama yang akan dilihat komunikator dalam proses penyampaian pesan.

j. Untuk Bermain dan Mencari Hiburan

Salah satu tujuan komunikasi adalah entertaint atau hiburan. Pada komunikasi antarpribadi juga terdapat tujuan ini. Bermain dalam makna disini adalah mencakup semua aktivitas yang mempunyai tujuan utama yaitu mencari kesenangan. Berbicara dengan memulai percakapan dengan obrolan basa-basi dari hal yang ringan. Pada umumnya hal ini adalah merupakan pembicaraan yang menghabiskan waktu. Dengan melakukan komunikasi antarpribadi semacam ini dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang memerlukan rileks dan semua keseriusan di lingkungan kita. Kejenuhan dalam pikiran akan hilang jika melakukan komunikasi antarpribadi yang secara ringan di isi oleh pesan-pesan yang sederhana dan terkesan obrolan ringan.

W. Proses Komunikasi Antarpribadi

f) Komunikator

Komunikasi antarpribadi umumnya berlangsung secara tatap muka (*face to face*). Sehingga antar komunikator dan komunikan terjadi kontak pribadi (*personal contact*). Ketika komunikan menyampaikan pesan, umpan balik berlangsung seketika (*immediate feedback*). Komunikator dapat mengetahui tanggapan langsung saat berkomunikasi terhadap komunikan. Seperti ekspresi wajah dan gaya bicara komunikan, apabila umpan baliknya positif, artinya tanggapan komunikan

menyenangkan, tentu komunikator akan mempertahankan cara komunikasinya. Sebaliknya jika tanggapan negative, komunikator dapat mengubah gaya komunikasi sampai komunikasi yang disampaikan komunikator berhasil.¹¹⁴

Proses komunikasi antarpribadi dapat mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan. Disebabkannya sering sekali dalam komunikasi antarpribadi dilakukan secara *persuasif* (*persuasive communication*). Pendekatan *persuasif* dalam bentuk komunikasi antarpribadi menggunakan teknik psikologis manusiawi: sifatnya halus, luwes berupa ajakan. Bujukan atau rayuan. Tindakan mempengaruhi orang lain merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari. Dalam komunikasi antarpribadi komunikator berusaha mempengaruhi komunikan agar komunikan memahami informasi yang disampaikan.¹¹⁵

Dalam komunikasi antarpribadi komunikator berkepentingan untuk mewujudkan tujuannya yaitu mempengaruhi sikap dan serta tingkah laku komunikannya. Lambang-lambang (pesan) akan diartikan dan ditafsirkan sama (convergen). selanjutnya tujuan komunikasi adalah terwujudnya partisipasi dalam bentuk perubahan dan pembentukan sikap dari komunikan sesuai dengan tujuan yang tidak ditentukan pihak komunikator.¹¹⁶

Dalam proses komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) yang melibatkan dua orang dalam situasi interaksi, komunikator merancang dan memilih pesan untuk disampaikan kepada komunikan, dan komunikan menerima pesan. Sampai disitu komunikator menjadi *coder* dan komunikan menjadi *inkonder*.¹¹⁷

g) Pesan

¹¹⁴ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu*, h. 62.

¹¹⁵ Dedi Mulyana, *Ilmu Komunikasi....* h. 73.

¹¹⁶ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*. Cet. 2 (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), h. 19-20.

¹¹⁷ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu,*h. 14.

Pada proses menyampaikan dan mengolah pesan hendaklah diolah sedemikian rupa agar tidak terjadi mis-komunikasi antara penyampai dengan penerima pesan. Pesan yang disampaikan dapat berupa verbal dan nonverbal disesuaikan dengan kondisi dan keadaan, sehingga menimbulkan daya tarik pesan berupa ketertarikan, keseriusan, keharuan, rasionalitas, argumentatif bahkan emosional bagi penerima pesan, keterkaitan pesan dengan ulasan yang disampaikan sangat tergantung kepada kemahiran, ilmu pengetahuan serta sikap dan keutuhan kepada seseorang komunikan.

h) Media

Media atau saluran ialah alat yang digunakan memindahkan pesan dari komunikator kepada komunikan. Para ilmuwan social menyepakati dua tipe media atau saluran: pertama, *sensory channel*, yakni saluran yang memindahkan pesan sehingga akan ditangkap oleh lima indera, yaitu mata, telinga, tangan, hidung dan lidah. Lima saluran sensoris itu adalah cahaya, bunyi, peradaban dan rasa. Kedua, *institutionalized means* yaitu saluran yang sudah sangat dikenal dan digunakan manusia, misalnya percakapan tatap muka, material dan media elektronik.¹¹⁸

i) Komunikan

Komunikan adalah orang yang menerima pesan dari komunikator yang sering disebut dengan istilah menerima (*receiver*) khalayak, sasaran, audience, komunikan dapat berupa individu, kelompok, masyarakat umum, partai atau negara, komunikan merupakan elemen penting dalam proses komunikasi, karena sebagai sasaran komunikasi. Dalam komunikasi antarpribadi komunikan telah dikenal oleh komunikatornya. Komunikator telah mengetahui identitas komunikan. Seperti, nama, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, bahkan telah mengenal sikap dan prilakunya.

¹¹⁸ Alvinaro Ardianto dan Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), h. 10-11.

Semakin banyak komunikator mengetahui identitas komunikan, maka semakin banyak karakter antarpribadi yang terbawa didalam komunikasi tersebut.¹¹⁹

j) Umpan Balik

Umpan balik merupakan respon balik dari komunikan kepada komunikator atau pesan-pesan yang telah disampaikan. Tanpa umpan balik dalam komunikasi maka komunikator dan komunikan tidak bisa memahami ide, pikiran, dan perasaan yang terkandung dalam pesan yang disampaikan, melalui umpan balik informasi yang telah tersedia bagi komunikator semungkinnya menilai keefektifannya komunikasi yang dilakukan. Selanjutnya dapat melakukan penyusaian atau perbaikan-perbaikan dalam komunikasi selanjutya.

Dalam komunikasi antarpribadi umpan balik mudah diterima. Komunikator dapat mengetahui secara langsung apakah serangkain pesan itu dapat diterima oleh komunikan atau tidak. Komunikator dapat mengatakan secara langsung jika dia melihat komunikan kurang memberikan perhatian atas pesan yang sedang disampaikan. Reaksi-reaksi verbal dapat diungkapkan secara langsung oleh komunikan melalui kata-kata menerima, mengerti bahkan menolak pesan. Sebaliknya reaksi pesan dapat dinyatakan dengan pesan nonverbal seperti menggelengkan kepala tanda tidak setuju dan tersenyum sebagai ungkapan bahagia.¹²⁰

Komunikasi antarpribadi dapat terjalin dengan baik antara individu, dengan memperhatikan beberpa hal seperti: penggunaan komunikasi secara nonverbal secara efektif, keterbukaan dalam menyampaikan pendapat, kemampuan menyampaikan pesan atau gagasan dengan jelas, pengetahuan terhadap pendapat dan perasaan orang lain, hal ini senada dengan diungkapkan oleh Rahmad yang menyatakan, agar komunikasi antar antarpribadi yang efektif maka dogmatis harus digantikan dengan

¹¹⁹ Alo Liliweri, *Dasar-dasar* h. 27.

¹²⁰ Alo Liliweri, *Dasar-dasar Komunikasi Antr aBudaya* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 29-30.

sikap mendorong timbulnya saling pengertian, saling menghargai, dan saling mengembangkan kualitas hubungan antarpribadi.

X. Teori Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi merupakan bentuk lain dari komunikasi intrapersonal atau antarpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Istilah lain dari komunikasi antarpribadi adalah komunikasi interpersonal. Komunikasi antarpribadi terjadi dalam konteks satu komunikator dengan satu komunikandi atau komunikasi diadik, atau satu komunikator dengan dua komunikannya disebut komunikasi triadik. Sedangkan lebih dari tiga biasanya disebut komunikasi kelompok.

Komunikasi antarpribadi dapat berlangsung dengan tatap muka atau dengan menggunakan media komunikasi antar media (*nonmedia massa*), seperti telephone dan *handphone*. Dalam komunikasi antarpribadi, komunikator relatif cukup mengenal komunikannya dan sebaliknya, pesan dikirim dan diterima secara simultan dan spontan relatif kurang terstruktur demikian dengan halnya umpan balik yang dapat diterima dengan langsung. Dalam tatanan antar pribadi, komunikasi berlangsung dengan sirkuler, peran komunikator dan komunikannya terus dipertukarkan. Karena itu disebutkan kedudukan komunikator dan komunikannya relatif setara. Proses ini lazim dan sering disebut dialog. Walaupun demikian dalam konteks tertentu dapat berlangsung monolog, hanya satu pihak yang mendominasi. Efek komunikasi antarpribadi adalah paling kuat jika dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya. Dalam komunikasi antarpribadi, komunikator bisa mempengaruhi langsung pandangan komunikannya untuk dapat melakukan hal-hal tertentu sesuai dengan isi pesan yang dikirim komunikator terhadap komunikannya.

Komunikasi antarpribadi memiliki keunikan. Karena dimulai dari proses hubungan yang bersifat psikologis dan proses psikologis selalu mengakibatkan keterpengaruhannya seseorang dalam bertindak. Pada hakikatnya komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara seorang komunikator dengan komunikannya.

d) Teori Kebutuhan Hubungan Interpersonal

Teori sistem dan komunikasi dalam hubungan salah satu bagian dalam lapangan komunikasi yang dikenal sebagai *relational communication* sangat dipengaruhi oleh teori sistem. Inti dari kerja ini adalah asumsi bahwa fungsi komunikasi interpersonal untuk membuat, membina, dan mengubah hubungan dan hubungan pada gilirannya akan mempengaruhi sifat komunikasi interpersonal. Poin ini berdasar pada gagasan bahwa komunikasi sebagai interaksi yang menciptakan struktur hubungan. Gagasan sistem yang penting ini secara luas diadopsi dalam lapangan komunikasi. Proses dan bentuk merupakan dua sisi mata uang, saling menentukan satu sama lain.

Seorang antropolog, Gregory Bateson, adalah pendiri garis teori ini yang selanjutnya dikenal dengan komunikasi Rasional.¹²¹ Kerjanya mengarah pada pengembangan dua proposisi mendasar dimana kebanyakan teori relasional masih bersandar. Pertama yaitu sifat mendua dari pesan: setiap pertukaran interpersonal membawa dua pesan, pesan *report* dan pesan *command*. *Report message* mengandung substansi atau isi komunikasi sedangkan *command message* membuat pernyataan mengenai hubungan. Dua elemen ini selanjutnya dikenal sebagai isi pesan dan pesan hubungan atau komunikasi dan *metakomunikasi*. Pesan *report* menetapkan mengenai apa yang dikatakan dan pesan *command* menunjukkan hubungan diantara komunikator.

Diantara periset yang terkenal dalam komunikasi relasional adalah Edna Rogers dan Frank Millar. Kerja Millar dan Rogers merupakan aplikasi langsung dari gagasan Bateson dan konsisten dengan teori Fisher. Secara khusus, mereka bertanggung jawab bagi pengembangan metode riset mengenai pengkodean dan pengelompokan pola relasional seperti Fisher, Millar, dan Rogers mengamati percakapan dan kode tindakan, komunikasi dalam suatu cara yang membiarkan mereka menemukan pola

¹²¹ Dassrun, *Komunikasi Antarpribadi...*, h.. 76.

yang diciptakan melalui interaksi. Dari risetnya mereka mengembangkan teori yang menunjukkan bagaimana hubungan mengandung struktur control, kepercayaan dan keakraban.

e) Teori Self-Disclosure

Disclosure dan *Understanding* merupakan tema penting dalam teori komunikasi tahun 60 sampai 70 an. Sebagian besar sebagai konsekuensi aliran *humanistic* dalam psikologi, sebuah ideology "*Honest Communication*" muncul, dan beberapa dari pemikiran kita tentang apa yang membuat komunikasi interpersonal itu baik dipengaruhi oleh gerakan ini.

Proses pengungkapan diri (*self disclosure*) adalah proses pengungkapan informasi diri pribadi seseorang kepada orang lain atau sebaliknya. Pengungkapan diri merupakan kebutuhan seseorang sebagai jalan keluar atas tekanan-tekanan yang terjadi pada dirinya. Proses pengungkapan diri terjadi dalam dua bentuk; pertama, dilakukan secara tertutup, yaitu seseorang mengungkapkan informasi diri kepada orang lain dengan cara sembunyi-sembunyi melalui ungkapan dan tindakan, dimana ungkapan dan tindakan itu merupakan sebuah keterbukaan tentang apa yang terjadi pada diri seseorang. Namun cara pengungkapan diri secara ini jarang dipahami orang lain, kecuali orang lain memiliki perhatian terhadap orang yang melakukan pengungkapan diri itu. Dalam teori-teori interaksi simbolis bahwa semua tindakan, perkataan dan ungkapan-ungkapan seseorang memiliki makna interaksi tentang apa yang sedang dipikirkan. Jadi, tindakan adalah ekspresi apa yang ada dalam pikiran seseorang.

Seorang teoritis yang menggali proses Self-Disclosure ini adalah Siney Jourard. Uraianya bagi kemanusiaan sifatnya terbuka dan *transparent*. Transparansi berarti membiarkan dunia untuk mengenal dirinya secara bebas dan pengenalan diri seseorang pada orang lain. Hubungan interpersonal yang ideal menyuruh orang agar membiarkan orang lain mengalami mereka sepenuhnya dan membuka untuk mengalami orang lain sepenuhnya. Jourard mengembangkan gagasan ini setelah

mengamati bahwa sakit mental cenderung tertutup bagi dunia. Dia menemukan bahwa mereka menjadi sehat ketika mereka bersedia mengenalkan dirinya pada ahli terapi.

Kemudian, Jourard menyamakan kesakitan dengan ketertutupan dan kesehatan dengan keterbukaan. Jourard melihat pertumbuhan, pergerakan orang menuju cara berperilaku yang baru, sebagai hasil langsung dari keterbukaan pada dunia. Orang yang sakit sifatnya tetap dan stagnan; pertumbuhan akan sampai pada posisi hidup baru. Selanjutnya, perubahan merupakan esensi dari pertumbuhan personal.

Membuka diri tidak sama dengan mengungkapkan detail-detail intim dari masa lalu kita. Mengungkapkan hal-hal yang sangat pribadi dimasa lalu dapat menimbulkan perasaan intim untuk sesaat . hubungan sejati terbina dengan mengungkapkan reaksi-reaksi kita terhadap aneka kejadian yang kita alami bersama atau terhadap apa yang dikatakan atau dilakukan oleh lawan komunikasi kita. orang lain mengenal diri kita tidak dengan menyelidiki masa lalu kita, melainkan dengan mengetahui cara kita beraksi. Masa lalu hanya berguna sejauh mampu menjelaskan perilaku kita dimasa kini.¹²²

f) Penetrasi Sosial

Model ini bernama *Social Penetration Theory* merupakan bagian dari teori pengembangan hubungan atau *relationship development theory*. Model penetrasi sosial dikembangkan oleh Irwin Altman dan Dalmas Taylor dalam bukunya yang pertama terbit berjudul *Social Penetration : The Development Of Interpersonal Relationship* terbit pada tahun 1973 dan revisi pada tahun 1987 berupa artikel terpisah dimuat dalam buku *Interpersonal Process: New Directions In Communication Research* dengan Michael E. Roloff dan Gerald R. Miller sebagai

¹²²A. Supratiknya, *Komunikasi Antar Pribadi, Tujuan Psikologi* (Yogyakarta: Kanisius, 1995), h. 14.

editor. Judul tulisan tersebut *Communication In Interpersonal Relationship: Social Penetration Processes* oleh Dalmis A. Taylor dan Irwin Altman (1987).¹²³

Altman dan Taylor mengemukakan suatu model perkembangan hubungan yang disebut social penetration. yaitu, proses dimana orang saling mengenal satu sama lainnya. Model ini selain melibatkan self disclosure juga menjelaskan bila mana harus melakukan self disclosure dalam perkembangan hubungan.

Menurut kedua penulis model ini adalah penting dalam mengembangkan dan memelihara hubungan-hubungan antarpribadi. Beberapa penelitian menunjukkan hubungan yang kuat antara komunikasi yang baik dan kepuasan umum suatu hubungan.

Model penetrasi sosial memfokuskan diri pada pengembangan hubungan. Hal ini terutama berkaitan dengan perilaku antarpribadi yang nyata dalam interaksi sosial dan proses-proses kognitif internal yang mendahului, menyertai dan mengikuti pembentukan hubungan. Model ini sifatnya berhubungan dengan perkembangan dimana model ini berhubungan dengan pertumbuhan. Mengenai hubungan antar pribadi. Proses penetrasi sosial berlangsung secara bertahap dan teratur dari sifatnya dipermukaan ketinggian yang akrab mengenai pertukaran sebagai fungsi, baik mengenai hasil yang segera maupun yang diperkirakan. Perkiraan meliputi estimasi mengenai hasil-hasil yang potensial dalam wilayah pertukaran yang lebih akrab. Faktor ini menyebabkan hubungan bergerak maju dengan harapan menemukan interaksi baru yang secara potensial lebih memuaskan. Misalnya, manusia umumnya bergerak hanya secara bertahap dari pembicaraan mengenai situasi ditempat kerja kepada hal-hal yang berkenaan dengan perasaan takut mereka, atau dari masalah-masalah yang sifatnya umum kepada hal-hal yang lebih mendalam seperti mengenai masalah seksual mereka.

Penetrasi sosial merupakan proses yang bertahap dimulai dari komunikasi basa-basi yang tidak akrab dan terus berlangsung hingga menyangkut topik

¹²³ Budyatna, ... *Teori Komunikasi*, ... h. 225.

pembicaraan yang lebih pribadi dan akrab, Seiring dengan berkembangnya hubungan. Pada model ini orang akan membiarkan orang lain untuk lebih mengenalnya secara bertahap. Dalam proses ini orang akan menggunakan persepsinya untuk menilai keseimbangan antar upaya dan ganjaran. Yang diterimanya atas pertukaran yang terus berlangsung untuk memperkirakan prospek hubungan mereka. Jika perkiraan itu menjanjikan keuntungan dan kesenangan maka mereka secara bertahap akan bergerak ketahap yang lebih akrab.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sekilas Tentang Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan

Dua tugas suci mahasiswa yang sangat penting bagi eksistensi sebuah bangsa, yakni sebagai pengontrol sosial, sekaligus sebagai agen perubahan di dalam tatanan masyarakat. Sebagai *social control*, mahasiswa berkewajiban sebagai pengontrol kondisi sosial di dalam masyarakat, baik di sekitar mereka tinggal, maupun secara luas yakni Indonesia secara keseluruhan. Segala fenomena dan gejala sosial yang terjadi, sudah seharusnya menjadi perhatian para mahasiswa. Kemiskinan, kasus asusila, tawuran, hingga kerusakan lingkungan merupakan sebuah tugas besar yang menjadi PR (pekerjaan rumah) para pemuda bangsa.

Atas dasar sebagai pengontrol sosial tersebutlah, maka mahasiswa otomatis bertugas sebagai agen perubahan. Setiap keadaan sosial dan kebangsaan yang tidak beres pada hari ini, harus segera diselesaikan oleh para mahasiswa sebagai elemen pemuda intelektual.

Peran mahasiswa sangat penting dalam rangka pembangunan bangsa dan negara karena memiliki peran strategis sebagai agen perubahan sosial, ekonomi dan politik. Demi kemajuan bangsa dan negara dalam melakukan terobosan terobosan sikap kritis dan progresif seorang mahasiswa sangat diharapkan. Sudah menjadi kewajiban bagi setiap Mahasiswa dalam memperjuangkan pembangunan Bangsa. bahwa dari dahulu sampai sekarang Mahasiswa selalu menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari unsur-unsur pelaku perubahan di negeri ini. Sebut saja sejak masa Kebangkitan Nasional 1920, Sumpah Pemuda 1928, Proklamasi Kemerdekaan RI 1945, hingga masa awal Orde Baru 1966 dan Orde Reformasi 1998, Mahasiswa

senantiasa memberi kontribusi positif serta memberi warna benderang terhadap dinamika perkembangan dan pembangunan bangsa dan negara Republik Indonesia. Dalam proses pembangunan bangsa, Mahasiswa merupakan kekuatan moral, kontrol sosial, dan agen perubahan sebagai perwujudan dari fungsi, peran, karakteristik, dan kedudukannya yang strategis dalam pembangunan nasional

Agen social of change ataupun *agen social of control*, selama ini sangat baik melekat pada mahasiswa. Sebutan tersebut diberikan kepada mahasiswa atas jasa dan pengorbanannya dalam perjuangan merespon balik segala bentuk kegelisahan masyarakat yang datang dari para elite penguasa. Jika kita melihat sejenak ke belakang dalam runtutan sejarah gerakan mahasiswa, maka bisa kita simpulkan bahwa tanpa peran mahasiswa, maka negara ini tidak akan utuh berdiri dalam persaingan global. Tercetusnya sumpah pemuda menjadi cikal bakal perjuangan para mahasiswa untuk membangun kompetensi diri dan meningkatkan kualitas diri. Sebagai mahasiswa yang dituntut dalam persaingan di era globalisasi ini, sejarah merupakan bahan untuk perenungan dan pembelajaran para mahasiswa kearah yang lebih baik.

Besarnya kemampuan dan potensi yang dimiliki mahasiswa, sangat diharapkan oleh masyarakat untuk nantinya kembali dan membangun kehidupan bermasyarakat khususnya di daerah dari mana mereka berasal. Mahasiswa yang merantau, seolah-olah menjadi perwakilan daerah untuk menyerap ilmu sebanyak mungkin kemudian diterapkan dalam pembangunan daerahnya suatu saat nanti. Dan ini memang menjadi salah satu peran yang harapannya bisa dijalankan oleh para mahasiswa.

Kemampuan mahasiswa dilihat dari aspek intelektualitas, kecerdasan dan penguasaan wawasan keilmuan. Ilmu dan wawasan yang dimiliki selain akan memperluas cakrawala pandangan, juga memberikan bekal teoritis maupun praktis dalam pemecahan masalah. Seorang mahasiswa akan dapat dengan mudah menyelesaikan masalah yang ada yang pada masa dahulu pernah ditemui manusia dan dirumuskan dalam berbagai teori pemecahannya. Atau, jika hal yang ada belum

pernah ditemui sebelumnya, maka mereka sudah memiliki bekal yang metodologis dan sistematis tentang bagaimana cara menemukan pemecahan problem-problem yang ada. Tiada lain dengan riset, baik riset di bidang eksak maupun non eksak.

Potensi dari aspek yang ada itulah yang akan membuat mahasiswa dapat melakukan perannya. Syaratnya, kedua potensi itu benar-benar dikembangkan secara optimal oleh mereka baik secara personal maupun komunal sehingga dapat menjadi senjata yang siap digunakan untuk memberikan kemanfaatan terbesar bagi masyarakat. Potensi dari aspek karakter dikembangkan dengan berbagai aktivitas yang mengasah softskill, baik melalui kegiatan organisasi, pelatihan-pelatihan maupun aktivitas keseharian mahasiswa di luar kegiatan akademik. Sedangkan potensi intelektualitas dibangun melalui semua kegiatan yang mengasah hardskill, yakni kegiatan belajar mengajar, pengkajian, penelitian dan juga pelatihan. Dengan begitu mereka memiliki kualifikasi dan kompetensi menuju profil mahasiswa ideal, yakni mahasiswa yang memiliki integritas moral, kredibilitas sosial dan profesionalitas keilmuan.

Permasalahan besarnya adalah semakin tumbuh suburnya sikap apatisme di dalam jiwa mahasiswa. Sepertinya mahasiswa saat ini menjadi semakin gamang dalam menghadapi arus globalisasi dunia yang merambah masuk ke Indonesia. selain sudah sibuk dalam jadwal perkuliahannya yang sangat padat dan dituntut untuk segera lulus, mereka pun dipusingkan dengan tuntutan zaman agar bagaimana setelah wisuda segera mendapatkan kerja. Keadaan zaman saat ini seakan-akan menjebak dan memerangkap mahasiswa ke dalam kondisi yang membuat mereka tak sempat lagi memperhatikan gejala sosial di sekitar mereka. Kemudian terkungkung dalam kesibukan dan dunia mereka sendiri.

Mahasiswa semakin tertekan oleh kewajiban-kewajiban kuliah mereka. Absen kuliah maksimal tiga kali, lebih dari itu mendapatkan nilai buruk. Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) standarnya semakin tinggi. Jika indeks prestasi mereka tidak mencapai tiga, maka stigma di mahasiswa adalah bakal susah mendapatkan kerja.

Lulus kuliah berubah orientasinya. Dari yang dahulu untuk menuntut ilmu secara luas, saat ini berkuat pada orientasi selebar ijazah bertuliskan gelar sarjana. Sehingga, jika masa studi lebih dari tiga tahun setengah akan mendapatkan cap sebagai mahasiswa yang malas.

Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan merupakan mereka yang belajar dan menuntut ilmu di Fakultas Dakwah IAIN SU Medan. Sama halnya dengan para mahasiswa lain yang menuntut ilmu di perguruan tinggi berbeda. Dengan berbagai tamatan SMA (sekolah menengah atas) sederajat. Sebahagian alumni pondok pesantren, MAN/MAS (Madrasah Aliyah Negeri/Madrasah Aliyah Swasta) dan STM dan SMK. Perbedaannya hanya terletak pada penekanan ilmu yang akan dipelajari dan dipahami. Secara administrasi memiliki hak yang sama dimata sistem pendidikan nasional Republik Indonesia. Berdasarkan *Tri Dharma* perguruan tinggi yaitu, pendidikan dan pengajaran, penelitian serta pengabdian masyarakat, dan diaplikasikan dengan melakukan beberapa kegiatan khusus ekstra seperti :

1. Pengabdian Masyarakat

Mahasiswa adalah entitas di masyarakat yang menyandang predikat sebagai insan dengan tingkat pendidikan paling tinggi. Telah lama muncul anggapan di masyarakat bahwa mahasiswa adalah insan yang paling cerdas di lingkungan tempat tinggal mereka, jika ada. Mahasiswa sering disanjung-sanjung dan mendapat posisi yang tinggi di masyarakat. Namun itu adalah kondisi masa lalu. Masa ketika mahasiswa memang masih dekat dengan masyarakat. kedekatan dengan masyarakat sampai-sampai masyarakat menganggap mahasiswa sebagai bagian dari masyarakat atau keluarga walaupun bukan berasal dari lingkungan yang sama.

Penghormatan masyarakat kepada mahasiswa semakin berkurang akibat degradasi moral yang terjadi di mahasiswa. Mahasiswa sekarang hanya disibukkan oleh belajar dan organisasi saja. Ada juga yang menambahkan dengan aktivitas hiburan. Tidak lagi banyak berinteraksi dengan masyarakat; tidak lagi dekat dengan masyarakat. Jawaban pertama untuk pertanyaan “Mengapa melakukan pengabdian

kepada masyarakat” adalah untuk mendekatkan lagi mahasiswa kepada masyarakat; untuk menumbuhkan kembali penghormatan mahasiswa kepada masyarakat; untuk meraih kembali kepercayaan mahasiswa kepada masyarakat.

Berbagai kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa pada hakikatnya bertujuan untuk meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan memecahkan problem sosial yang dihadapi masyarakat terutama dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan sosial. Melakukan pengabdian masyarakat ini mahasiswa dituntut untuk lebih bijak dan cerdas dalam menyikapi dan memberikan solusi dalam persoalan di tengah-tengah masyarakat umum. Kegiatan ini merupakan bentuk aplikasi tentang sesuatu yang telah didapat pada perguruan tinggi dimana mereka belajar dan menuntut ilmu.

Mahasiswa hari ini ketika diwacanakan mengenai pengabdian kepada masyarakat, langsung mengasosiasikan kegiatan yang dilakukan berupa implementasi teknologi dan transfer keilmuan atau profesi yang dipelajari di bangku kuliah kepada masyarakat. Ini benar, namun tidak selalu benar. Pengabdian kepada masyarakat itu kapanpun dan di manapun. Pengabdian kepada masyarakat harus dimulai di radius terdekat tempat kita melakukan aktivitas sehari-hari. Paling sederhana adalah tetangga di lingkungan tempat tinggal. Dimulai dari lingkungan tempat tinggal kita, kemudian melebar ke satu desa atau kelurahan, ke desa atau kelurahan tetangga, ke satu kecamatan, ke kecamatan sebelah, ke satu kota atau kabupaten, ke kota atau kabupaten tetangga, kemudian nanti akan makin luas lagi

Kegiatan-kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa ada juga yang dikelola dan di inisiasi oleh Himpunan-Himpunan Mahasiswa Jurusan dan/atau Unit-Unit Kegiatan Mahasiswa. Hal ini karena HMJ dan UKM memiliki basis massa yang jelas dan lebih terikat. Kegiatan yang dikelola oleh HMJ dan UKM akan memiliki keberagaman horison aktivitas yang lebar. Hal ini membuka pintu kerjasama antar-HMJ dan/atau antar-UKM untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat bersama-sama. Peran untuk membuka pintu kerjasama ini harus

diambil alih oleh Badan Eksekutif Mahasiswa yang merupakan struktur kemahasiswaan yang lebih tinggi dari HMJ dan UKM. Tugas BEM yang pertama menjadi fasilitator HMJ dan UKM untuk saling membuka pintu-pintu kerjasama. Tugas BEM yang kedua adalah menjadi motivator untuk HMJ dan UKM yang memiliki keinginan untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. BEM juga harus bertugas sebagai inspirator agar HMJ dan UKM yang belum melakukan pengabdian kepada masyarakat mulai berpikir untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sendiri atau bekerjasama. Tugas BEM yang paling berat adalah sebagai pemimpin gerakan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh HMJ dan UKM.

Penting dari itu semua adalah pada setiap mahasiswa harus dipahami bahwa pengabdian kepada masyarakat dilakukan untuk mendekatkan kembali mahasiswa kepada masyarakat. Penekanan dari segala macam gerakan pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa adalah dilakukan dengan menambah dan terus mengasah kapasitas sosial masing-masing mahasiswa.

2. Kuliah Kerja Nyata

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bagian dari kegiatan perkuliahan yang dilaksanakan di lapangan KKN dilaksanakan dengan bobot KKN 4 sks diikuti oleh mahasiswa yang telah menyelesaikan studi 110 sks atau mahasiswa yang berada semester VIII. KKN dilakukan pada lokasi yang ditetapkan di pedesaan ataupun perkotaan dalam waktu 3 bulan terhitung per-siapan dan evaluasi dan penyusunan laporan. Waktu efektif selama 40 hari.

Pada kegiatan ini penekanannya lebih kepada proses pendewasaan sikap bagi mahasiswa yang akan mendekati masa penyelesaian studinya. Mengingat bahwa kehidupan yang lebih *transaksional* dan nyata akan dihadapi para lulusan Fakultas

Dakwah IAIN SU Medan. Melakukan pembinaan mental masyarakat seperti festival anak *saleh*, festival *nasyid*, pelatihan *bilal* mayat, belajar mengajar, membuat pesantren kilat, pelatihan kepemimpinan dan kegiatan lainnya untuk meningkatkan keimanan dan ketaqwaan masyarakat umum.

Pada dasarnya sikap dan perilaku mahasiswa dipengaruhi oleh kondisi ekonomi, sosial dan budaya. Tiga bentuk klasifikasi ini melatar belakangi mereka dalam segala hal, dan dibawah ini diterangkan beberapa hal yang mempengaruhi pola pikir mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan.

1. Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan dalam konteks sosial

Mahasiswa Fakultas Dakwah merupakan mahasiswa yang seharusnya lebih menguasai kehidupan bersosial dengan *public* atau kehidupan masyarakat umum. Dengan berbagai latar belakang kehidupan sosial atau *multicultural social*, para mahasiswa semestinya mampu melakukan penyesuaian dengan orang lain guna melakukan perubahan sosial kepada kehidupan yang lebih baik lagi.

Hubungan sosial atau *human relation* merupakan hal yang utama dalam penekanan keilmuan mahasiswa Fakultas Dakwah. Selain dari pada agen perubahan kehidupan mereka harus memiliki kemampuan dalam menyampaikan perubahan tersebut. Kesemuanya ini sangatlah dipengaruhi oleh latar belakang sosial yang didapat oleh para mahasiswa sebelum kuliah di Fakultas Dakwah. Memiliki keragaman kehidupan sosial dijadikan sebagai sarana pembelajaran antara satu dengan yang lainnya.

Mahasiswa Fakultas Dakwah umumnya adalah alumni pesantren dan MAS/MAN sangatlah berbeda kehidupannya dengan sebahagian para mahasiswa dari alumni SMA, STM dan SMK. Tidak jarang ditemukan dilapangan para mahasiswa yang memiliki kedekatan dan persamaan kehidupan sosial sering membuat organisasi-organisasi kemahasiswaan tertentu. Kemudian pula banyak mahasiswa yang satu suku daerah membuat organisasi kedaerahan tertentu seperti Ikatan Mahasiswa Tapanuli Selatan, Ikatan Alumni Mustafawiyah dan lain-lain.

Kesemuanya itu mampu mempengaruhi sifat dan keputusan perbuatan yang akan dilakukannya.

Sebahagian para mahasiswa Fakultas Dakwah juga ada yang tidak mau bersosial dengan yang lainnya dikarenakan hanya berbeda organisasi dan tamatannya. Kehidupan sosial ini menentukan efektifitas sosial yang diperankan oleh mahasiswa tersebut.

2. Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan dalam konteks ekonomi

Dalam segi ekonomi mahasiswa Fakultas Dakwah berasal dari ekonomi menengah ke bawah. Sebahagian para mahasiswa tersebut adalah anak seorang petani, wiraswasta menengah, guru pegawai di sekolah-sekolah. Memiliki penghasilan sekitar 6-7 juta rupiah perbulannya. Bahkan sebahagian besarnya tidak mencapai penghasilan sebesar itu. tidak jarang dilihat di mesjid-mesjid disekitar kampus IAIN SU Medan para mahasiswa bertempat tinggal. Karena jika bertempat tinggal di Mesjid biaya kost tidak akan diminta lagi bahkan para mahasiswa tersebut mendapatkan uang dari BKM (Badan Kenaziran Mesjid) di Mesjid tempat tinggal mereka jika melakukan perawatan kebersihan, menjadi *Imam*, *Muadzin* di Mesjid tersebut tetapi jika dibutuhkan pada perayaan *Idul Fitri* pun mereka tidak dibolehkan pulang kekampung masing-masing. Karena mereka harus membantu penyelesaian perayaan lebaran di Mesjid pada hari pertama, setelah itu di perayaan hari kedua mereka diperbolehkan pulang kampung.

3. Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan dalam konteks budaya

Dalam konteks budaya, setiap mahasiswa Fakultas Dakwah memiliki perbedaan yang mencolok. Perbedaan itu dipengaruhi oleh suku budaya yang dimiliki mereka dari daerah asal masing-masing para mahasiswa. Walaupun diketahui bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Dakwah adalah suku Mandailing. Sekalipun ada banyak suku lainnya seperti suku Jawa, Batak Toba, Karo dan Aceh. Sebahagian mahasiswa juga berasal dari luar negeri yaitu, Malaysia. Keberagaman budaya ini

seakan ber-*natularisasi* dan *akulturasi* budaya. Hal ini menjadikan pengetahuan tanpa kurikulum terhadap para mahasiswa.

Perbedaan suku yang mencolok mempengaruhi budaya yang diciptakan para mahasiswa Fakultas Dakwah, seperti cara berpakaian dan berbicara. Sebahagian mahasiswa melahirkan dan memberikan contoh berpakaian gamis untuk wanita, berjilbab besar, kemudian bagi laki-laknya menggunakan celana keper dan baju kemeja. Kesemuanya itu adalah salah satu contoh budaya berpakaian mahasiswa Fakultas Dakwah walaupun ada juga mahasiswa yang menggunakan kaos dan celana jeans dalam perkuliahan.

Setiap mahasiswa membawa masing-masing budaya mereka dalam hal ini menjadikan kedewasaan dalam menghargai semua perbedaan yang ada dan menjadikan pelajaran berharga bagi para mahasiswa. Perbedaan budaya dijadikan sebagai alat pemersatu bukan sebagai sumber pemecah kerukunan dalam lintas budaya. Namun terkadang ada juga perbedaan budaya menjadikan mahasiswa semakin terpecah dan akibatnya sulit dalam berkomunikasi dan menghargai budaya yang lain.

Dalam budaya berorganisasi juga mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan memiliki multi organisasi kemahasiswaan yang mampu mempengaruhi pandangan dan sikap untuk bersosial. Seperti IMM (Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah), HMI (Himpunan Mahasiswa Islam), HIMMAH (Himpunan Mahasiswa Al-Washliyah) LDK (Lembaga Dakwah Kampus), PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia) dan KAMMI (Kesatuan Mahasiswa Muslim Indonesia) secara ideologi dan pandangan telah mampu membuat gratifikasi sosial diantara mahasiswa tersebut. Namun secara essensial merupakan satu tujuan yang sama yaitu demi kemaslahatan dan kesejahteraan umat, baik dilingkungan mahasiswa sendiri maupun masyarakat umum di luar kampus.

B. Efektivitas Penggunaan Alat Komunikasi Handphone di Kalangan

Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan

Efektivitas mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan dalam menggunakan *handphone* merupakan kajian utama dalam penelitian ini. Di kemukakan ketepatangunaan mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan dalam menggunakan *handphone* ialah:

1. Berbicara di tempat yang tepat, suasana yang tenang, tidak di dalam pertemuan formal dan tidak berada ditempat ibadah, namun dari hasil pengamatan terhadap 20 orang mahasiswa mereka semua menjawab melakukan komunikasi dengan menggunakan *handphone* dimana saja jika terdesak walaupun sedang dalam melakukan kegiatan belajar di kelas.
2. Menggunakan nada dering yang sesuai dengan nada yang akan dijadikan sebagai nada panggil, pada proses ini mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan lebih suka memilih nada dering sesuka hati, yaitu apa saja nada yang dianggap mereka baik untuknya seperti menjadikan lagu sebagai nada dering mereka.
3. Volume suara di sesuaikan dengan keadaan, mahasiswa melakukan penyesuaian volume pada saat-saat tertentu saja. Di dalam forum resmi mereka akan menonaktifkan nada dering agar tidak mengganggu ketenangan orang lain, seperti saat kuliah, salat, rapat agenda organisasi dan ketika sedang bimbingan dengan dosen.
4. *Greeting* perlu ditingkatkan, seperti dalam menjawab telepone selayaknya mengatakan, selamat pagi, selamat sore dan lain-lain. Bukan hanya dengan kata halo ataupun hello, melakukan hal ini mahasiswa merubah kata salam menjadi "*assalamu'alaikum,*" dan ini sudah menjadi cara mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan jika mengangkat dan menutup telepon.
5. *Smile Is The Basic Standart* ialah menggunakan *handphone* berbicara dengan tersenyum kecil. Jika seseorang berbicara dengan sambil tersenyum maka suara yang diproduksi pun akan manis. Tidak semua mahasiswa melakukan ini, adakalanya mahasiswa tidak terlalu berekspresi dalam menjawab telepon,

walaupun terkadang melakukan ekspresi luar biasa ketika menjawab telepon dari temannya yang tujuannya sebagai lelucon dan bercanda kecil.

Dari beberapa pertanyaan yang di berikan seputar tentang alasan menggunakan *handphone* para mahasiswa mengungkapkan bahwa alasan penggunaan *handphone* sebagai alat komunikasi yang mudah, cepat praktis terhadap orang lain.

Berikut hasil kutipan wawancara dengan pertanyaan pertama bersama beberapa mahasiswa Fakultas Dakwah.

Peneliti: “apa alasan anda memiliki *handphone*?, mereka menjawab bahwa Mahasiswa KPI (Liza Syahradiva)¹²⁴ “ *handphone* itu alat komunikasi yang mudah”

Mahasiswa PMI (Yolanda Rakatiwi) :“menggunakan *handphone* itu praktis”¹²⁵

Pertanyaan tersebut di atas merupakan pertanyaan awal terhadap objek penelitian ini dengan mencoba memberikan pertanyaan yang rileks dan ringan, sehingga memudahkan peneliti untuk menanyakan beberapa pertanyaan lanjutan sampai pada hal-hal yang mendalam dan sukar untuk di sampaikan oleh objek. Seperti, apa saja yang di lakukan mereka dengan menggunakan menggunakan *handphone*. Dari jawaban di atas diketahui bahwa *handphone* merupakan alat komunikasi yang bersahabat dan mudah. Dapat dibawa kemana-mana tanpa kabel, ringan dan ringkas, dengan menggunakan *handphone* semua kegiatan akan mudah dilakukan secara bersama-sama. Seperti sambil istirahat, makan, berpergian dan lain-lain.

Mahasiswa ingin selalu dilayani oleh teknologi. Pemikiran yang serba ingin cepat dan ringkas mempengaruhi pikiran masyarakat untuk memiliki *handphone*

¹²⁴ Hasil wawancara dengan Liza Syahradiva, Mahasiswa KPI semester IV, di kampus II IAIN SU Medan, Senin tgl 18 Februari 2013

¹²⁵ Hasil wawancara dengan Yolanda Rakatiwi, Mahasiswa PMI semester IV, di kampus II IAIN SU Medan, Jumat tgl 22 Februari 2013

sebagai media komunikasi yang sangat populer. Sulit di lihat di zaman sekarang masyarakat yang tidak memiliki *handphone*, tidak melihat usia, pendidikan dan tingkat ekonomi masyarakat sekarang sudah rata-rata memiliki *handphone* dengan berbagai alasan. Seperti alat komunikasi, hiburan, gaya dan aspek lain-lain, pendapat ini dikemukakan oleh Liza Syahradiva seorang mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN SU Medan. Alasan tersebut menggiring mereka untuk mulai menggunakan *handphone*.

Dengan menggunakan *handphone* semua kegiatan mereka akan terasa mudah dan ringan. Tidak perlu menghabiskan waktu dan tempat jika ingin melakukan hubungan komunikasi antarpribadi. Dimana saja dan kapan saja mereka mampu melakukannya. Kelebihan dari media komunikasi ini yang menjadi alasan pertama bagi mahasiswa untuk memiliki *handphone*. setelah melakukan wawancara dengan dua puluh mahasiswa didapatkan jawaban yang hampir sama. Oleh karena itu pertanyaan wawancara ini di berhentikan.

Dari dua puluh mahasiswa yang berhasil di wawancarai terhimpun jawaban di bawah ini, yaitu:

Table I alasan mahasiswa memiliki *handphone*

No	Nama	Jurusan	Semester	Jawaban Pertanyaan
1	2	3	4	5
1	Yolanda Rakatiwi	PMI	IV	Alat komunikasi
2	Liza Syahradiva	KPI	IV	Untuk berkomunikasi dengan teman-teman dan terutama kepada orang tua untuk menanya kabar
3	Imran Lubis	BKI	IV	Untuk memudahkan pertukaran informasi satu sama yang lainnya dengan jarak jauh
4	Putra Budi Utama	KPI	IV	Supaya dapat berkomunikasi

5	Ramadani	PMI B	IV	Untuk berkomunikasi dan belajar
6	Rahnad Sampurna	PMI	IV	Untuk memedahkan segala urusan yang sifatnya informasi
7	Parlindungan Lubis	MD	IV	Lebih luas informasi dan komunikasi
1	2	3	4	5
8	Rafandi Dwi Putra	BKI	IV	Memudahkan berkomunikasi
9	Fauziatul Karimah	PMI	IV	Alat mempermudah komunikasi
10	Wanda Ubaidillah	PMI B	IV	Alat komunikasi dengan semua orang
11	Umar Arfa Rudi	BKI	IV	Mempermudah komunikasi jarak jauh dan dekat
12	Ica Royati	KPI	IV	Kebutuhan dan alat komunikasi
13	Arisda Novalita Padang	KPI	IV	Alat berkomunikasi semua orang di dunia khususnya orang tua
14	M. Syaiful Umi	KPI	IV	Mempermudah komunikasi, gampang berhubungan dengan keluarga dan orang lain
15	Mugiono	MD A	IV	Untuk berkomunikasi
16	Nur Hamidah Lubis	MD	IV	Dapat berkomunikasi
17	Jufri Alamsyah Hsb	MD	IV	Berkomunikasi
18	Zaharani Sabdatun Nisa	MD	IV	Mudah berkomunikasi
19	Nozairul Astral	BKI	IV	Memudahkan berkomunikasi

				dengan keluarga, teman dan orang lain.
20	Ahmad Shalehan	BKI	IV	Memudahkan berkomunikasi

Terdapat beberapa hal yang menyebabkan mahasiswa melakukan komunikasi antarpribadi, baik dengan orang tua, keluarga, teman dan dosen . Memerlukan orang lain untuk saling mengisi kekurangan dan membagi kelebihan. Mahasiswa Fakultas Dakwah melakukan komunikasi dengan berbagai motivasi. Secara positif dilihat bahwa berkomunikasi merupakan sarana introspeksi diri dan pencarian solusi serta jati diri dengan komunikannya secara transaksional. Namun tidak jarang dilihat setelah melakukan observasi mahasiswa juga menjadikan hubungan antarpribadi menjadi sarana pamer diri terhadap sesuatu yang mungkin tidak di miliki oleh orang lain

Ingin terlibat dalam proses perubahan relative tetap, faktor ini terlihat disaat mahasiswa ingin melakukan perubahan yang konstruktif guna memaksimalkan kemampuan yang mereka miliki. Melalui handphone sebagai sarana komunikasi antarpribadi mereka membuka relasi sebagai langkah awal perubahan hidup.

Ingin berinteraksi hari ini, dapat memahami pengalaman masa lalu dan mengantisifasi masa depan. Melalui handphone mahasiswa melakukan berbagai tema diskusi. Dari mulai diskusi yang sederhana sampai dengan sesuatu yang sifatnya pribadi. Pengalaman dan solusi antisifasi masa depan menjadi topic yang selalu terangkat. Seperti melihat peluang dan tantangan masa depan setelah tamat kuliah, pekerjaan, jodoh dan lainnya.

Ingin menciptakan hubungan baru. Mahasiswa fakultas dakwah melalui handphone yang mereka miliki telah menjadi senjata yang ampuh untuk menjaga silaturahmi dan bahkan sebagai sarana pembuka pertemanan. Mulai dari hanya sebatas tegur sapa sampai kepada pura-pura salah nomor dalam memulai percakapan jika hubungan baru ingin di lakukan.

Kemudian pertanyaan kebanyakan mahasiswa memiliki *handphone* sejak di SMA sederajat walaupun ada juga yang memiliki *handphone* sejak SMP sederajat dan bahkan memiliki *handphone* ketika kuliah di IAIN SU Medan sebagai alat komunikasi dengan orang tua di kampung. Contoh kutipan wawancara dengan mahasiswa Fakultas Dakwah

Peneliti : “ sejak kapan anda memiliki *handphone*??

Mahasiswa PMI (Nanda Ubaidillah) : “sejak SMA ”¹²⁶

Pada pertanyaan diatas peneliti ingin mengetahui sejauh mana mahasiswa mengenal *handphone* dan dijadikan sebagai alat komunikasi. Semakin lama penggunaan *handphone* maka semakin banyak pula pengalaman dan pengaruh yang diterima mahasiswa tersebut. Banyak pengaruh yang dapat dipertanyakan peneliti jika penggunaan *handphone* sudah lama digunakan mahasiswa. Diantaranya semakin berpengalaman mereka menggunakan *handphone* maka apakah pengaruh positif atau negatifkah yang lebih menonjol. Pengaruh ini dapat terlihat pada aktualisasi kehidupan bersosial mahasiswa. Jawaban ini terlihat lebih banyak dari pada beberapa mahasiswa yang memiliki *handphone* sejak SMP.

Pengalaman dalam penggunaan *handphone* sangat dibutuhkan oleh penelitian mengingat peneliti ingin mengupas tuntas efektifitas dan efek dari penggunaan *handphone*. Melalui pengalaman objek akan lebih jelas akan efek yang ditimbulkan dari penggunaan *handphone*, baik secara lahiriah maupun batiniah.

Table II wawancara tentang sejak kapan mahasaiswa menggunakan *handphone*.

No	Nama	Jurusan	Semester	Jawaban Pertanyaan
1	2	3	4	5

¹²⁶ Hasil wawancara dengan Nanda Ubaidillah, Mahasiswa PMI semester IV, di kampus II IAIN SU Medan, senin tgl 25 Februari 2013

1	Yolanda Rakatiwi	PMI	IV	Sejak SD
2	Liza Syahradiva	KPI	IV	Sejak Kls dua MTsN
1	2	3	4	5
3	Imran Lubis	BKI	IV	SMA
4	Putra Budi Utama	KPI	IV	Kls satu SMP
5	Ramadani	PMI B	IV	Kls dua MAS
6	Rahnad Sampurna	PMI	IV	Kls dua SMA
7	Parlindungan Lubis	MD	IV	SD
8	Rafandi Dwi Putra	BKI	IV	SMP
9	Fauziatul Karimah	PMI	IV	Tsanawiyah
10	Wanda Ubaidillah	PMI B	IV	SMA
11	Umar Arfa Rudi	BKI	IV	Kls satu SMA
12	Ica Royati	KPI	IV	Kls Dua MTsN
13	Arisda Novalita Padang	KPI	IV	SMP
14	M. Syaiful Umi	KPI	IV	SMA
15	Mugiono	MD A	IV	SMP
16	Nur Hamidah Lubis	MD	IV	Kuliyah
17	Jufri Alamsyah Hsb	MD	IV	SMP
18	Zaharani Sabdatun Nisa	MD	IV	Kls Dua SMA
19	Nozairul Astral	BKI	IV	Sejak Kls satu SMA
20	Ahmad Shalehan	BKI	IV	Sejak MA (16 Tahun)

Hasil penelitian terhadap Mahasiswa Fakultas Dakwah tentang efektivitas dalam menggunakan *handphone* cukup bervariasi ditentukan dengan kebutuhan para mahasiswa tersebut. Seperti kutipan wawancara dibawah ini.

Peneliti: sudahkah anda menggunakan *handphone* sesuai dengan fungsi dan tujuannya?

Mahasiswa: belum, tapi apa yang dibutuhkan itu yang saya pelajari”¹²⁷

Sebahagian mahasiswa mengatakan menggunakan *handphone* sebagai sarana usaha. Para mahasiswa melakukan usaha seperti menjual pulsa oleh Liza Syahradiva merupakan mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam semester IV Fakultas Dakwah IAIN SU Medan dan Parlindungan Lubis merupakan mahasiswa jurusan Manajemen Dakwah semester IV Fakultas Dakwah IAIN SU Medan, menjual baju *on-line* oleh Yolanda Rakatiwi merupakan mahasiswa jurusan Pengembangan Mahasiswa Islam semester IV Fakultas Dakwah IAIN SU Medan dan Rafandi Dwi Putra merupakan mahasiswa jurusan Bimbingan Konseling Islam semester IV Fakultas Dakwah IAIN SU Medan, men jual buku *on-line* oleh Putra budi Utama merupakan mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam semester IV Fakultas Dakwah IAIN SU Medan, men jual minyak wangi *on-line* oleh Imran Lubis merupakan mahasiswa jurusan Bimbingan konseling Islam semester IV Fakultas Dakwah IAIN SU Medan dan promosikan barang-barang dagang lainnya oleh Wanda Ubaidillah merupakan mahasiswa jurusan Pengembangan Masyarakat Islam B semester IV Fakultas Dakwah IAIN SU Medan.

Table III wawancara *handphone* sebagai sarana usaha

No	Nama	Jurusan	Semester	Jawaban Pertanyaan
1	2	3	4	5
1	Yolanda Rakatiwi	PMI	IV	Menjual baju On-Line
2	Liza Syahradiva	KPI	IV	Menjual pulsa
1	2	3	4	5
3	Imran Lubis	BKI	IV	Menjual minyak wangi On-

¹²⁷ Hasil wawancara dengan Ramadan, Mahasiswa PMI B semester IV, di kampus II IAIN SU Medan, Senin tgl 25 Februari 2013

				Line
4	Putra Budi Utama	KPI	IV	Menjual buku On-Line dan pulsa
5	Ramadani	PMI B	IV	Berdagang, jual beli
6	Rahnad Sampurna	PMI	IV	Promosi
7	Parlindungan Lubis	MD	IV	Menjual pulsa
8	Rafandi Dwi Putra	BKI	IV	Menjual baju On-Line
9	Fauziatul Karimah	PMI	IV	Bisnis
10	Wanda Ubaidillah	PMI B	IV	Menjual barang dan jasa
11	Umar Arfa Rudi	BKI	IV	Tidak ada
12	Ica Royati	KPI	IV	Tidak ada
13	Arisda Novalita Padang	KPI	IV	Menjual pulsa
14	M. Syaiful Umi	KPI	IV	semua barang secara on-line dan off-line
15	Mugiono	MD A	IV	Belum ada
16	Nur Hamidah Lubis	MD	IV	Tidak ada
17	Jufri Alamsyah Hsb	MD	IV	Tidak ada
18	Zaharani Sabdatun Nisa	MD	IV	Tidak ada
19	Nozairul Astral	BKI	IV	Tidak ada
20	Ahmad Shalehan	BKI	IV	Jual beli barang

Sedangkan penggunaan *fiture* mahasiswa Fakultas Dakwah hanya menggunakan *handphone* seperti SMS (Short Message Service), kamera, musik, video dan *Facebook*. Sementara banyak lagi *fiture handphone* yang mereka miliki tidak pernah digunakan seperti peta, kalkulator, *Chating*, *GPS* dan lain-lain. Melakukan beberapa kegiatan yang positif atas penggunaan *handphone* merupakan

penggunaan yang maksimal dan harus dipertahankan, dari pada melakukan penggunaan *handphone* secara sia-sia dan bahkan menjerumus kepada kejahatan. Ini sebenarnya yang diharapkan kepada seluruh pengguna *handphone*. Dengan demikian melalui *handphone* secara perlahan-lahan dapat mensejahterakan kehidupan masyarakat.

Mahasiswa lebih sering menggunakan beberapa *fiture* yang terkesan internet-*an*. Dapat diketahui apakah pelajaran yang diterima mahasiswa terlalu membebani mereka sehingga mahasiswa lebih memilih hiburan sebagai pemecah kebuntuan dan kepenatan dalam menghadapi tugas dan problematika kehidupan yang mereka rasakan. Terkadang *handphone* menjadi tempat pelarian masalah bagi mahasiswa. Setelah menggunakan *handphone* dengan beberapa waktu seakan pikiran mereka segar kembali.

Contoh wawancara di bawah ini kutipan jawaban mahasiswa Fakultas Dakwah

Peneliti : “ *fiture* apa aja yang sering anda gunakan?

Mahasiswa BKI (Imran Lubis) : “SMS, Internetan, musik dan kamera¹²⁸ ..”

Table IV wawancara seputar tentang *fiture handphone* yang sering di gunakan mahasiswa.

No	Nama	Jurusan	Semester	Jawaban Pertanyaan
1	2	3	4	5
1	Yolanda Rakatiwi	PMI	IV	Telpon, SMS, internet, kamera, Mp3.
1	2	3	4	5
2	Liza Syahradiva	KPI	IV	Telpon, SMS, internet, kamera

¹²⁸ Hasil wawancara dengan Imran Lubis, Mahasiswa BKI semester IV, di kampus II IAIN SU Medan, senin tgl 25 Februari 2013

3	Imran Lubis	BKI	IV	Telpon, SMS, internet
4	Putra Budi Utama	KPI	IV	Telpon, SMS, internet, kamera
5	Ramadani	PMI B	IV	Telpon, SMS
6	Rahmad Sampurna	PMI	IV	Telpon, SMS
7	Parlindungan Lubis	MD	IV	Telpon, SMS, internet
8	Rafandi Dwi Putra	BKI	IV	Telpon, SMS, kamera
9	Fauziatul Karimah	PMI	IV	Telpon, SMS, internet
10	Wanda Ubaidillah	PMI B	IV	Telpon, SMS, internet
11	Umar Arfa Rudi	BKI	IV	Telpon, SMS, internet, Mp3
12	Ica Royati	KPI	IV	Telpon, SMS
13	Arisda Novalita Padang	KPI	IV	Telpon, SMS, internet, game, jam alarm
14	M. Syaiful Umi	KPI	IV	Telpon, SMS
15	Mugiono	MD A	IV	Telpon, SMS, internet, Facebook
16	Nur Hamidah Lubis	MD	IV	Telpon, SMS
17	Jufri Alamsyah Hsb	MD	IV	Telpon, SMS, internet, BBM, Twitter dan Facebook
18	Zaharani Sabdatun Nisa	MD	IV	Telpon, SMS, internet
19	Nozairul Astral	BKI	IV	Telpon, SMS dan game
20	Ahmad Shalehan	BKI	IV	Telpon dan SMS

Hasil wawancara dengan mahasiswa seputar tentang *handphone* sebagai sarana penyelesaian masalah ternyata belum mampu menjadi sarana pemecahan masalah secara utuh walaupun secara komunikasi dapat berjalan lancar. *Handphone* digunakan sebahagian mahasiswa sebagai sumber belajar seperti *downloud* artikel yang berhubungan dengan pelajaran dan mata kuliah. Informasi mudah di dapat

dimanapun berada walaupun mereka sedang berada di dalam angkot. Pada pertanyaan ini terdapat wawancara seperti

Peneliti : “ apakah *handphone* anda pergunakan sebagai solusi pemecahan masalah??

Mahasiswa BKI (Umar Arfa Rudi) : “ mungkin terkadang dilakukan, karena jika saya memiliki masalah maka saya akan telepon orang tua di kampung.” ¹²⁹

Table V wawancara tentang penggunaan *handphone* sebagai solusi pemecahan masalah mahasiswa.

No	Nama	Jurusan	Semester	Jawaban Pertanyaan
1	2	3	4	5
1	Yolanda Rakatiwi	PMI	IV	Tergantung masalahnya
2	Liza Syahradiva	KPI	IV	Tidak dapat
3	Imran Lubis	BKI	IV	Tidak dapat
4	Putra Budi Utama	KPI	IV	Tidak dapat
5	Ramadani	PMI B	IV	Dapat
6	Rahmad Sampurna	PMI	IV	Dapat
7	Parlindungan Lubis	MD	IV	Kadang-kadang
8	Rafandi Dwi Putra	BKI	IV	Tidak dapat
1	2	3	4	5
9	Fauziatul Karimah	PMI	IV	Dapat
10	Wanda Ubaidillah	PMI B	IV	Kadang-kadang
11	Umar Arfa Rudi	BKI	IV	Dapat
12	Ica Royati	KPI	IV	Kadang-kadang
13	Arisda Novalita	KPI	IV	Dapat

¹²⁹ Hasil wawancara dengan Umar Arfa Rudi, Mahasiswa BKI semester IV, di kampus II IAIN SU Medan, senin tgl 4 maret 2013

	Padang			
14	M. Syaiful Umi	KPI	IV	Dapat
15	Mugiono	MD A	IV	Dapat
16	Nur Hamidah Lubis	MD	IV	Dapat
17	Jufri Alamsyah Hsb	MD	IV	Dapat
18	Zaharani Sabdatun Nisa	MD	IV	Dapat
19	Nozairul Astral	BKI	IV	Kadang-kadang
20	Ahmad Shalehan	BKI	IV	Tidak dapat

Mahasiswa Fakultas Dakwah masih ada yang men-*download* dan menyimpan film porno dan gambar seksi. Pernyataan ini disampaikan oleh seorang mahasiswa terhadap pertanyaan dibawah ini, Walaupun mereka ketahui perbuatan itu tidak baik. Mereka melakukan hal itu karena iseng-iseng dan dengan cara mendapatkannya yang cukup mudah sehingga terkadang sambil duduk-duduk dikampus mereka mencari situs tersebut. Dari hasil wawancara adalah mahasiswa laki-laki yang melakukan pencarian situs porno tersebut.

Peneliti : “ apakah anda pernah menyimpan dan men-*download* video porno??”

Mahasiswa PMI (Rahmad Sampurno) : “ mencari tidak pernah bang, tetapi menyimpan pernah.”¹³⁰

Banyak sekali kita lihat pada zaman modern ini bahwa akibat dari perkembangan teknologi yang membuat pikiran mereka terpengaruh. Di media massa sekarang sering dilihat akibat melihat video porno di *handphone* para pelajar

¹³⁰ Hasil wawancara dengan Rahmad Sampurno, Mahasiswa PMI semester IV, di kampus II IAIN SU Medan, senin tgl 4 maret 2013

melakukan tindakan asusila. Ini merupakan hal yang sangat ditakutkan oleh masyarakat. Pengaruh negative dari *handphone* yang sudah tidak terbandung lagi dan mengakibatkan luntuhnya norma, akhlak dan perilaku yang baik.

Table VI wawancara seputar tentang *handphone* di gunakan untuk mencari situs porno.

No	Nama	Jurusan	Semester	Jawaban Pertanyaan
1	2	3	4	5
1	Yolanda Rakatiwi	PMI	IV	Tidak
2	Liza Syahradiva	KPI	IV	Tidak
3	Imran Lubis	BKI	IV	Tidak
4	Putra Budi Utama	KPI	IV	Tidak
5	Ramadani	PMI B	IV	Tidak sering namun terkadang
6	Rahmad Sampurna	PMI	IV	Tidak mencari tetapi menyimpan
7	Parlindungan Lubis	MD	IV	Tidak
8	Rafandi Dwi Putra	BKI	IV	Tidak
9	Fauziah Karimah	PMI	IV	Tidak mencari tapi menyimpan
10	Wanda Ubaidillah	PMI B	IV	Tidak
11	Umar Arfa Rudi	BKI	IV	Tidak
1	2	3	4	5
12	Ica Royati	KPI	IV	Belum pernah
13	Arisda Novalita Padang	KPI	IV	Tidak
14	M. Syaiful Umi	KPI	IV	Tidak
15	Mugiono	MD A	IV	Tidak
16	Nur Hamidah Lubis	MD	IV	Tidak
17	Jufri Alamsyah Hsb	MD	IV	Tidak

18	Zaharani Sabdatun Nisa	MD	IV	Tidak pernah
19	Nozairul Astril	BKI	IV	Tidak
20	Ahmad Shalehan	BKI	IV	Tidak

Kemudian dari dua puluh mahasiswa yang berhasil diwawancarai tidak satupun mereka yang menggunakan atau membaca buku panduan sebelum menggunakan *handphone*. Mereka mengetahui cara penggunaan *future handphone* dengan kebiasaan dan pencarian sendiri tanpa membaca buku panduan yang mengakibatkan seluruh fungsi dan kegunaan *handphone* tersebut tidak diketahui. Dimulai dari waktu pengecasan baterai, batas waktu penggunaan *handphone* sampai dengan hal-hal besar lainnya yang tidak diketahui para mahasiswa tersebut.

Prosudural penggunaan *handphone* merupakan buku pegangan dan penjelasan bagi pemilik *handphone*. Tidak jarang kita lihat pengguna *handphone* tidak mengetahui cara dan etika dalam menggunakan *handphone* tersebut. Seperti sering dilihat masih ada mahasiswa yang menggunakan *hanphone* disaat mata pelajaran masih disampaikan oleh dosen mereka. Jika mahasiswa membaca pedoman penggunaan *handphone* maka mereka tidak akan melakukannya. Kenyataan ini diketahui akibat para pengguna *handphone* tidak pernah melihat buku panduan penggunaan *handphone*.

Seorang mahasiswa dalam menjawab pertanyaan peneliti dibawah ini.

Peneliti : “ apakah anda membaca buku panduan sebelum menggunakan *handphone*?”

Mahasiswa KPI (Putra Budi Utama) :” tidak pernah karena melalui pengalaman cara penggunaan *handphone* .¹³¹”

¹³¹ Hasil wawancara dengan Putra Budi Utama, Mahasiswa KPI semester IV, di kampus II IAIN SU Medan, Jumat tgl 8 maret 2013

Melalui jawaban tersebut didapat bahwa mahasiswa tidak melakukan panduan yang sesuai prosedur dalam menggunakan *handphone* tersebut, ini dapat mengakibatkan pengaruh negative yang langsung diterima mahasiswa tersebut. Seperti pengaruh kesehatan yang secara perlahan dapat mengikis fisik. Pengaruh tersebut dapat dirakan oleh radiasi jaringan terhadap pendengaran kemudian mata melalui cahaya yang dihasilkan oleh *handphone* tersebut. Semua mahasiswa yang menjadi sumber pokok menjawab hal yang sama.

Table VII wawancara tentang membaca buku panduan sebelum menggunakan *handphone*. Terhimpun jawaban di bawah ini, yaitu:

No	Nama	Jurusan	Semester	Jawaban Pertanyaan
1	2	3	4	5
1	Yolanda Rakatiwi	PMI	IV	Tidak
2	Liza Syahradiva	KPI	IV	Tidak
3	Imran Lubis	BKI	IV	Tidak
4	Putra Budi Utama	KPI	IV	Tidak
5	Ramadani	PMI B	IV	Tidak
6	Rahmad Sampurna	PMI	IV	Tidak
7	Parlindungan Lubis	MD	IV	Tidak
1	2	3	4	5
8	Rafandi Dwi Putra	BKI	IV	Tidak
9	Fauziatul Karimah	PMI	IV	Tidak
10	Wanda Ubaidillah	PMI B	IV	Tidak
11	Umar Arfa Rudi	BKI	IV	Tidak
12	Ica Royati	KPI	IV	Belum pernah
13	Arisda Novalita Padang	KPI	IV	Tidak
14	M. Syaiful Umi	KPI	IV	Tidak

15	Mugiono	MD A	IV	Tidak
16	Nur Hamidah Lubis	MD	IV	Tidak
17	Jufri Alamsyah Hsb	MD	IV	Tidak
18	Zaharani Sabdatun Nisa	MD	IV	Tidak pernah
19	Nozairul Astril	BKI	IV	Tidak
20	Ahmad Shalehan	BKI	IV	Tidak

Mahasiswa Fakultas Dakwah melakukan komunikasi hanya dengan orang tua, kerabat, teman dan dosen. Melakukan komunikasi melalui *handphone* tidak melihat tempat dan waktu, mereka melakukan komunikasi dimana saja dan kapan saja. Dan terkadang menggunakan *handphone* hingga larut malam. Kegiatan ini terus menerus dilakukan sampai pada waktunya *handphone* yang mereka miliki dijual dang anti yang baru lagi.

Peneliti : “ kepada siapa saja kalian sering melakukan hubungan dengan *handphone*?

Mahasiswa KPI (Ica Royati) : “orang tua, kerabat, teman, pacar, dosen yang sering bang.”¹³²

Mahasiswa selalu melakukan komunikasi melalui *handphone* hanya kepada orang-orang tertentu saja. Namun terkadang melalui *handphone* banyak juga yang berpura-pura menjadi teman tetapi ternyata melakukan tindakan criminal, seperti penculikan, penipuan dan teror. Jika mahasiswa selalu selektif dan hati-hati dalam melakukan komunikasi dengan *handphone* maka secara langsung dapat meminimalisir tindakan-tindakan kejahatan tersebut.

Table VIII wawancara seputar keseringan mahasiswa berkomunikasi melalui *handphone*.

No	Nama	Jurusan	Semester	Jawaban Pertanyaan
1	2	3	4	5

¹³² Hasil wawancara dengan Ica Royati, Mahasiswa KPI semester IV, di kampus II IAIN SU Medan, Kamis tgl 14 Maret 2013

1	Yolanda Rakatiwi	PMI	IV	Keluarga, teman dan sahabat
2	Liza Syahradiva	KPI	IV	Orang tua, keluarga dan orang lain
3	Imran Lubis	BKI	IV	Keluarga, teman, sahabat, dosen
4	Putra Budi Utama	KPI	IV	Keluarga, teman dan sahabat
5	Ramadani	PMI B	IV	Keluarga, teman, sahabat, dosen
6	Rahmad Sampurna	PMI	IV	Orang tua, Keluarga, teman
7	Parlindungan Lubis	MD	IV	Keluarg dan pacar
8	Rafandi Dwi Putra	BKI	IV	Orang tua, Keluarga dan sahabat
9	Fauziatul Karimah	PMI	IV	Orang tua, Keluarga dan sahabat
1	2	3	4	5
10	Wanda Ubaidillah	PMI B	IV	Keluarga dan sahabat
11	Umar Arfa Rudi	BKI	IV	Orang tua, Keluarga dan dosen
12	Ica Royati	KPI	IV	Orang tua, Keluarga dan sahabat
13	Arisda Novalita Padang	KPI	IV	Orang tua, Keluarga dan sahabat
14	M. Syaiful Umi	KPI	IV	Orang tua, Keluarga dan sahabat
15	Mugiono	MD A	IV	Orang tua, Keluarga, pacar dan sahabat
16	Nur Hamidah Lubis	MD	IV	Keluarga dan sahabat
17	Jufri Alamsyah Hsb	MD	IV	Keluarga dan sahabat
18	Zaharani Sabdatun	MD	IV	Orang tua, Keluarga, sahabat,

	Nisa			dosen
19	Nozairul Astril	BKI	IV	Orang tua, Keluarga dan sahabat
20	Ahmad Shalehan	BKI	IV	Orang tua, Keluarga dan sahabat

C. Efek Penggunaan Handphone di Kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan

Efek merupakan akibat yang ditimbulkan dari sesuatu. Dalam penelitian ini adalah akibat yang ditimbulkan dari penggunaan *handphone* terhadap mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan. Setelah melakukan observasi dan wawancara secara mendalam terhadap beberapa mahasiswa Fakultas Dakwah di dapat beberapa jawaban yang menjadi efek dari penggunaan *handphone* tersebut. Di bawah ini disebutkan beberapa efek dari penggunaan *handphone* di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan

1. Efek positif

Dari dua puluh mahasiswa yang berhasil di wawancarai terhadap pertanyaan apa dampak positif penggunaan *handphone* yang anda rasakan?, terhimpun jawaban di bawah ini yaitu

Table IX wawancara efek positif dari *handphone*.

No	Nama	Jurusan	Semester	Jawaban Pertanyaan
1	2	3	4	5
1	Yolanda Rakatiwi	PMI	IV	Komunikasi efektif dan efisien
2	Liza Syahradiva	KPI	IV	Bersilaturahmi

3	Imran Lubis	BKI	IV	Informasi mudah
4	Putra Budi Utama	KPI	IV	Mendapat ilmu dan berbagi informasi
5	Ramadani	PMI B	IV	Mendapat informasi, belajar dan bercinta
6	Rahmad Sampurna	PMI	IV	Belajar
7	Parlindungan Lubis	MD	IV	Memudahkan komunikasi
8	Rafandi Dwi Putra	BKI	IV	
9	Fauziah Karimah	PMI	IV	Memudahkan informasi
10	Wanda Ubaidillah	PMI B	IV	Mengetahui yang belum di ketahui
11	Umar Arfa Rudi	BKI	IV	Mendapat informasi
1	2	3	4	5
12	Ica Royati	KPI	IV	Mudah mendapat informasi
13	Arisda Novalita Padang	KPI	IV	Cepat dapat informasi
14	M. Syaiful Umi	KPI	IV	Mendapat wawasan dan ilmu
15	Mugiono	MD A	IV	Lancar komunikasi
16	Nur Hamidah Lubis	MD	IV	Mendapatkan informasi
17	Jufri Alamsyah Hsb	MD	IV	Mendapatkan informasi, bisnis, dan silaturahmi
18	Zaharani Sabdatun Nisa	MD	IV	Mendapatkan informasi, bisnis, dan silaturahmi
19	Nozairul Astril	BKI	IV	Mendapatkan informasi
20	Ahmad Shalehan	BKI	IV	Banyak informasi

a) Sumber Informasi

Handphone memungkinkan seseorang untuk berkomunikasi dalam berbagai cara, termasuk panggilan, pesan teks, IM (Instant Messaging), dan email.

Berkomunikasi melalui teks memungkinkan seseorang untuk melakukan percakapan dengan orang lain yang mungkin tidak tepat untuk dilakukan di depan umum atau di acara tertentu, seperti dalam sebuah acara rapat. Dengan terciptanya *handphone*, pengguna sekarang dapat mengakses akun jejaring sosial mereka melalui *handphone* mereka, meningkatkan jumlah metode dimana seseorang dapat berkomunikasi. Pada saat meneliti dalam proses wawancara jawaban yang terbanyak adalah *handphone* sebagai sumber informasi bagi mahasiswa baik secara lokal maupun nasional. Berbagai informasi mudah didapat jika menggunakan *handphone* tidak terkecuali bagi setiap mahasiswa. Hubungan dengan pihak luar kampus terasa mudah jika menggunakan *handphone*. Informasi antar mahasiswa cepat didapat dan di akses.

b) Media belajar

Salah satu efek positif bagi mahasiswa Fakultas Dakwah *handphone* dijadikan sebagai media belajar. Karena di dalam beberapa *handphone* yang mereka miliki *future* rekaman video yang mereka jadikan sebagai alat rekam pelajaran. Menghafal Al-Qur'an melalui *handphone*. Kalkulator dan *future translate* bahasa Inggris yang dimilikinya dan digunakan untuk kegiatan proses belajar mengajar.

Perkembangan zaman menjadikan mahasiswa cenderung menggunakan media belajar yang modern dan berkualitas. *Handphone* sebagai salah satu alternative merupakan media belajar yang *simple* dan mudah. Seperti halnya mahasiswa dalam menyimpan data di *file*, foto-foto kegiatan dan hasil *download* tentang mata pelajaran sebagai bahan mentah kajian untuk di diskusikan bersama. Banyak info yang mudah di akses melalui *handphone* yang berkenaan dengan pelajaran.

c) Mudah bersilaturahmi dan komunikasi

Handphone memiliki pengaruh yang berbeda pada demografis yang berbeda. Warga yang lanjut usia, terutama mereka yang memiliki masalah mobilitas, bisa mengurangi rasa terisolasi dengan menggunakan ponsel dan tidak bergantung pada kunjungan dari orang lain untuk tetap berhubungan dengan dunia luar. Kemudian

pada anak-anak dan remaja adalah untuk memungkinkan mereka untuk mengembangkan kemandirian mereka.

Mahasiswa Fakultas Dakwah umumnya adalah anak indekos yang bertempat tinggal di sekitar kampus. Tidak jarang sebahagian mahasiswa yang tidak pulang kampung oleh karena biaya ongkos yang mahal. Sehingga mereka yang kost di Medan terpaksa memiliki *handphone* sebagai alat komunikasi dan *silaturahmi* kepada sanak saudara di kampung halaman. Bahkan tidak ada batasan waktu jika ingin berkomunikasi dengan orang tua di kampung. Dimana saja dan kapan saja *silaturahmi* dan komunikasi dapat dengan mudah dilakukan sekalipun terpisah oleh jarak dan waktu. Membangun sebuah relasi semakin mudah dilakukan. Penggunaan ponsel meningkatkan konektivitas, baik jarak dekat maupun jarak jauh, dan mengurangi jumlah waktu dimana kita tidak bisa berkomunikasi dengan orang lain. Dahulu kita perlu hadir secara fisik dengan seseorang di era *pra-handphone*, tetapi hari ini kita dapat berbicara dengan seseorang dimana saja, sambil berjalan-jalan atau duduk di cafe.

d) Sarana usaha

Mahasiswa yang produktif tidak akan menyia-nyiakan kesempatan berhubungan dengan orang lain yang tanpa batas dengan menciptakan peluang usaha modern. Peluang usaha secara *on-line* saat ini sudah menjadi *trend*. Banyak mahasiswa yang melakukan jualan pulsa, baju, buku secara *on line* di jejaringan sosial melalui *handphone*. Selain mempengaruhi komunikasi pribadi kita, dampak positif ponsel juga telah mempengaruhi cara kita melakukan bisnis. Studi mengenai dampak positif bagi kehidupan sosial ini juga menemukan bahwa setengah dari respon menggunakan ponsel mereka untuk tujuan bisnis saat melakukan liburan, mengaburkan batas antar kehidupan kerja dan kehidupan pribadi.

2. Efek negative

Dari dua puluh mahasiswa yang berhasil di wawancarai terhadap pertanyaan apa dampak negatif penggunaan handphone yang anda rasakan? terhimpun jawaban di bawah ini yaitu

Table X wawancara efek negatif dari *handphone*.

No	Nama	Jurusan	Semester	Jawaban Pertanyaan
1	2	3	4	5
1	Yolanda Rakatiwi	PMI	IV	Ketidak stabilan konsentrasi
2	Liza Syahradiva	KPI	IV	Salah nomor, iseng-iseng
3	Imran Lubis	BKI	IV	Lalai dengan waktu dan boros buat isi pulsa
4	Putra Budi Utama	KPI	IV	Lupa waktu
5	Ramadani	PMI B	IV	Pening dengan radiasi
6	Rahmad Sampurna	PMI	IV	Menguras uang untuk pulsa
7	Parlindungan Lubis	MD	IV	Bertambah beban
8	Rafandi Dwi Putra	BKI	IV	Media menyimpan video porno
9	Fauziatul Karimah	PMI	IV	Mengganggu pada forum resmi
10	Wanda Ubaidillah	PMI B	IV	Menghabiskan pulsa
11	Umar Arfa Rudi	BKI	IV	Mencoba downloud video porno
12	Ica Royati	KPI	IV	Penyebaran berita fitnah dan kecanduan teknologi
13	Arisda Novalita Padang	KPI	IV	Mengakses yang salah-salah
14	M. Syaiful Umi	KPI	IV	Mata cepat kabur

15	Mugiono	MD A	IV	Banyak biaya
16	Nur Hamidah Lubis	MD	IV	Suka menghayal
17	Jufri Alamsyah Hsb	MD	IV	Suka menghayal, lupa waktu, banyak pikiran, banyak pengeluaran, radiasi jaringan.
18	Zaharani Sabdatun Nisa	MD	IV	menghayal, lupa waktu, banyak pikiran, banyak pengeluaran, radiasi jaringan
1	2	3	4	5
19	Nozairul Astril	BKI	IV	Keuangan menipis karena pulsa
20	Ahmad Shalehan	BKI	IV	Lupa waktu

a) Lupa waktu

Candu dalam menggunakan media teknologi juga dirasakan oleh mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan. Tidak jarang mereka mengatakan bahwa lupa mengerjakan tugas dikarenakan asiknya menggunakan *handphone*. Hingga larut malam *Facebook* dengan menggunakan *handphone*. Lupa waktu makan bahkan yang lebih ekstrim lagi lalai *Shalat* karena menggunakan *handphone*. penggunaan *handphone* yang paling mencolok adalah perubahan tingkah laku. Terlalu sering menggunakan *handphone* yang memiliki beberapa aplikasi dan fitur menarik, membuat masyarakat tidak terlalu peka terhadap lingkungan. Jika komunikasi antara mahasiswa lebih banyak menggunakan *handphone*, maka dampak negatif penggunaan *handphone* seperti ini berimbas buruk pada hubungan antar mahasiswa.

b) Sumber informasi fitnah

Tidak jarang dikalangan mahasiswa Fakultas Dakwah mengalami fitnah dan hasutan dari rekan-rekannya yang lain melalui *handphone* yang mereka miliki. Apalagi sekarang semua *handphone* yang mereka miliki sudah mempunyai *fitur*

Facebook sebagai sarana jaringan sosial. Di setiap sesuatu yang ingin disampaikan secara otomatis akan dapat dilihat oleh orang lain. Problem ini sering muncul ditengah-tengah mahasiswa seperti penyebaran fitnah oleh salah satu calon disaat pemilihan ketua HMJ (Himpunan Mahasiswa Jurusan) dan bahkan saat pemilihan gubernur Fakultas. Dalam istilah lain *handphone* digunakan sebagai sarana kampanye gelap dan memburuk-burukkan seorang calon.

c) Pengaruh kesehatan fisik

Dalam segi kesehatannya para mahasiswa mengatakan bahwa pengaruh penggunaan *handphone* sangat berbahaya oleh radiasi jaringan menyebabkan kita iritasi kulit, alergi dan lain-lain. Banyak di kalangan mahasiswa yang menggunakan *handphone* hingga berjam-jam. Meletakkan *handphone* langsung ketelinga sampai terasa panas, yang mengganggu kulit dan pendengaran. Bahkan seorang mahasiswa mwngatakan mengalami pusing kepala jika menggunakan *handphone* terlalu lama yang diakibatkan oleh radiasi jaringan. menggunakan *handphone* dan GSM secara berlebihan akan mengakibatkan kesulitan tidur pada malam hari. Tentunya hal ini akan berdampak pada tingkat kelelahan dan stres, selain itu dampak buruk penggunaan *handphone* adanya radiasi sinyal RF. Radiasi ini bisa meningkatkan potensi terkena kanker, terutama pada anak-anak.

d) Biaya pulsa

Para mahasiswa menyebutkan pulsa yang harus dibeli untuk penggunaan *handphone* aktif baik untuk telpon,sms maupun internetan mempengaruhi keuangan mereka. Seharusnya dapat ditabung untuk membeli keperluan lain seperti buku, pulpen, foto copy beralih untuk membeli pulsa paling sedikit Rp 50.000 (lima puluh ribu rupiah) per bulannya. Pengeluaran pulsa ini cukup dirasakan oleh mahasiswa yang kost di medan. Namun jika pulsa tidak dibeli maka *handphone* tidak dapat digunakan. Belum lagi jika *handphone* rusak, ganti *casing* dan lain-lain.

e) Akses situs porno

Dari masa ke masa, IPTEK sudah berkembang mengikuti perkembangan zaman. Salah satu teknologi IPTEK yang saat ini sedang digemari oleh masyarakat khususnya Indonesia adalah telephone *Handphone*. *Handphone* saat ini sudah bukan merupakan barang aneh dan merupakan kebutuhan pokok. Melalui teknologi ini dampak buruk yang langsung di terima oleh mahasiswa adalah kebebasan dan tidak ada kontrol informasi bagi mereka, membuat para mahasiswa *mendownloud* gambar dan video porno. Seperti jawaban pada table efek negatif penggunaan *handphone* di lihat Arfa Rudi mengatakan menyimpan video porno melalui *handphone*. Ini merupakan efek buruk yang sangat berbahaya jika tidak dikontrol dengan keimanan dan ketakwaan yang kuat.

Problematika yang dilematis ini sebenarnya sudah menjadi sorotan di semua kalangan masyarakat. Terlebih lagi mahasiswa sebagai contoh dan *tauladan* masyarakat umum dalam keputusan pengambilan sikap. Pada mayoritas *handphone*, *fiture* untuk mengakses situs ini sangat mudah. Hanya dengan bermodalkan pulsa maka semua yang berhubungan dengan tema porno akan mudah didapat. Dengan *handphone* masyarakat kini lebih cenderung menjadi masyarakat yang malas karena hanya dengan *handphone* dapat melakukan berbagai aktifitas komunikasi sehingga proses interaksi secara langsung atau tatap muka dengan orang lain jarang dilakukan.

D. Handphone Sebagai Saluran Komunikasi Antarpribadi

Mahasiswa melakukan komunikasi antarpribadi melalui *handphone* sebagai mediasinya. Kegiatan ini sering sekali dilakukan oleh mahasiswa dalam kondisi apapun dan dimanapun. Tidak mengingat waktu dan tempat, jika ingin berkomunikasi maka mereka akan langsung saja menelepon seseorang yang mereka anggap sebagai komunikannya. Dalam setiap kajian keilmuan, tidak bisa dipungkiri seiring berjalannya waktu dan zaman secara otomatis juga akan mempengaruhi perkembangan pemahaman sebuah ilmu pengetahuan. Seperti ilmu-ilmu yang berhubungan dengan *humaniora*, seperti ilmu komunikasi yang mengalami perubahan metode dan cara yang dipengaruhi oleh media. Tak luput pula bagaimana *handphone*

sebagai nirmedia komunikasi yang dijadikan seorang komunikatornya berhubungan dengan komunikannya.. menurut Prof.Dr. Syukur Kholil bahwa *handphone* merupakan nirmedia komunikasi. Pendapat ini beralasan bahwa *handphone* belum memiliki ketegasan yang jelas apakah *handphone* adalah media massa atau media komunikasi antarpribadi. Kegunaan yang ganda ini menyebabkan *handphone* menjadi nirmedia komunikasi.

Media merupakan perluasan alat indra manusia. Dengan kata lain, kehadiran media dalam komunikasi, merupakan upaya untuk melakukan perpanjangan dari telinga dan mata.

Table XI wawancara dengan pertanyaan seberapa seringkah mahasiswa menggunakan *handphone* dalam berkomunikasi,

No	Nama	Jurusan	Semester	Jawaban Pertanyaan
1	2	3	4	5
1	Yolanda Rakatiwi	PMI	IV	Sering
2	Liza Syahradiva	KPI	IV	Sering
3	Imran Lubis	BKI	IV	Sering
4	Putra Budi Utama	KPI	IV	Sering
5	Ramadani	PMI B	IV	Sering
6	Rahmad Sampurna	PMI	IV	Sering
7	Parlindungan Lubis	MD	IV	Sering
8	Rafandi Dwi Putra	BKI	IV	Sering
9	Fauziatul Karimah	PMI	IV	Sering
10	Wanda Ubaidillah	PMI B	IV	Sering
11	Umar Arfa Rudi	BKI	IV	Sering
12	Ica Royati	KPI	IV	Jarang
13	Arisda Novalita Padang	KPI	IV	Sering

1	2	3	4	5
14	M. Syaiful Umi	KPI	IV	Sering
15	Mugiono	MD A	IV	Sering
16	Nur Hamidah Lubis	MD	IV	Sering
17	Jufri Alamsyah Hsb	MD	IV	Sering
18	Zaharani Sabdatun Nisa	MD	IV	Sering
19	Nozairul Astril	BKI	IV	Sering
20	Ahmad Shalehan	BKI	IV	Lumayan sering

Sembilan belas mahasiswa dari dua puluh mahasiswa yang menjadi objek penelitian menjawab sering melakukan komunikasi melalui *handphone*. Dengan penjelasan bahwa mereka melakukan komunikasi hanya dengan seorang atau dua orang melalui *handphone*. Mereka melakukan komunikasi diadik dan kadang kala triadik melalui *handphone*. Dengan merujuk kepada karakteristik komunikasi antarpribadi Secara komunikasi antarpribadi dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*)

komunikasi diadik adalah komunikasi antarpribadi yang berlangsung secara dua orang. Yaitu seorang adalah komunikator sebagai pengirim pesan dan seorang lagi merupakan komunikannya yang menerima isi pesan tersebut.¹³³ oleh karena perilaku komunikasinya adalah dua orang, maka dialog yang dilakukan berlangsung secara intens. Komunikator memusatkan perhatiannya hanya kepada diri komunikannya. Pada model ini, terjadi komunikasi umpan balik (feed-back). Ada pengirim (sender) yang mengirimkan informasi dan ada penerima (receiver) yang melakukan seleksi, interpretasi dan memberikan respon balik terhadap pesan dari pengirim (sender). Dengan demikian, komunikasi berlangsung dalam proses dua arah

¹³³ Effendy, *Ilmu...*, h. 62.

(two-way) maupun proses peredaran atau perputaran arah (syclical process), sedangkan setiap partisipan memiliki peran ganda, dimana pada satu waktu bertindak sebagai sender, sedangkan pada waktu lain berlaku sebagai receiver, terus seperti itu srebaliknya.

Mahasiswa Fakultas Dakwah lebih sering melakukan komunikasi diadik melalui *handphone*. Melalui hasil jawaban pertanyaan di dalam table diatas keseringan mereka melakukan diadik dengan orang tua dan dosen. Tergantung dengan tema apa yang akan mereka perbincangkan. Adakalanya tentang uang kuliah, Tanya kabar, kondisi kesehatan dan lain sebagainya. *Handphone* di rasa sebagai jawaban komunikasi antar pribadi yang tepat jika di batasi dengan jarak.

2. Komunikasi Triadik (*Triadic Communication*)

komunikasi triadik adalah komunikasi antarpribadi yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yitu satu orang komunikator dan dua orang komunikannya.¹³⁴ Jika A yang menjadi komunikatornya maka B dan C akan memberikan tanggapan sebagai komunikannya dan begitu pula sebaliknya. Jika dibandingkan dengan komunikasi *diadik* maka komunikasi itu adalah yang lebih efektif karena komunikatornya hanya fokus pada satu komunikan, berbeda dengan komunikasi *triadik* dengan memiliki dua orang komunikan yang membuat komunikator memecah perhatian terhadap keduanya.

Namun demikian komunikasi antarpribadi *triadik* lebih efektif jika dibandingkan dengan betuk-bentuk komunikasi lainnya seperti komunikasi massa, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi. Karena salah satu keberhasilan komunikasi adalah besar kecilnya pengaruh yang ditimbulkan dalam melakukan pengiriman pesan.

Dalam komunikasi antarpribadi terdapat pengaruh mempengaruhi antar kedua belah pihak, dan lebih kepada sebuah proses yang terus berlangsung dari pada

¹³⁴ *Ibid.*, h. 63.

merupakan peristiwa yang statis. Seorang penduduk yang menerima informasi atau opini mungkin pula menyampaikan informasi dan opini. Ini berarti bahwa anjaksanaan sesungguhnya adalah proses penyampaian informasi (*Information Sharing Process*). Bukan hanya perjumpaan antara dua orang. Namun karena fungsi petugas penerangan adalah *change agent*. Maka dia harus mendominasi komunikasi. Dengan perkataan lain mereka harus lebih menjadi pembicara daripada pendengar. Lebih-lebih mereka merupakan pemuka pendapat yang bertugas membimbing opini penduduk ke arah yang ditentukan pemerintah.

Pada penelitian kali ini adalah komunikasi antarpribadi mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN-SU Medan yang dipengaruhi oleh *handphone* sebagai nirmedia Komunikasi antarpribadi. Mahasiswa Fakultas Dakwah melakukan komunikasi antarpribadi secara triadic jika sedang berkomunikasi dengan teman-temannya. Melalui program *conference* pada setiap *handphone* yang mereka miliki sudah dapat melakukan komunikasi triadic. Namun biasanya mereka lakukan dengan tema-tema perbincangan yang ringan dan tidak bersifat pribadi. Melakukan komunikasi ini sungguh “asyik” jika dibandingkan diadik jika memang tema yang di bahas itu bersifat umum dan tidak terlalu penting. Hanya bersifat *silaturahmi* dan bercengkerama.

Adanya evolusi terhadap gaya komunikasi antarpribadi tentu saja tidak menjadi permasalahan karena komunikasi adalah ilmu yang dinamis. Yang terpenting bagaimana agar tujuan dari komunikasi antarpribadi itu bisa tersampaikan. Yaitu membangun dan membina hubungan antarpribadi. Dalam komunikasi antarpribadi terdapat tiga faktor yang menumbuhkan hubungan interpersonal yang baik, yaitu: percaya, sikap suportif dan sikap terbuka.¹³⁵

Komunikasi antarpribadi juga bisa menggunakan media, komunikasi antarpribadi juga tidak selalu harus formal., tetapi juga bisa secara informal. Tergantung konteks dan dimensi ruang dan waktu kapan dan dimana komunikasi itu

¹³⁵ Djallaluddin, Rachmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008). h.

berlangsung.¹³⁶ Harus diakui pula bahwa media sangat berperan dalam proses komunikasi antarpribadi, meskipun komunikasi secara tatap muka (*face to face*) masih menjadi barometer utama dalam komunikasi efektif. Namun demikian, media memberikan kontribusi positif dalam membantu efektivitas pada saat waktu menjadi kendala pada era modern sekarang ini.

Setelah melakukan observasi terhadap dua puluh mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN SU Medan terlihat bahwa mereka sudah melakukan komunikasi antarpribadi melalui *handphone*. Dibawah ini merupakan karakteristik komunikasi antarpribadi yang dilakukan objek penelitian saat observasi, yaitu diantaranya:

- 1) Komunikasi antarpribadi bersifat dialogis.

Mahasiswa melakukan komunikasi antarpribadi menggunakan *handphone* merupakan dialogis, walaupun terkadang dialog tersebut tidak bersifat pribadi. Pesan yang di sampaikan oleh komunikator menghasilkan sebuah dialogis. Dalam arti arus balik komunikasi antar komunikator dengan komunikannya terjadi langsung sehingga pada saat itu juga komunikator dapat menerima tanggapan langsung dari komunikannya. Dapat dipastikan akan mengetahui langsung apakah komunikannya positif, negatif dan berhasil atau tidak.

- 2) Komunikasi antarpribadi melibatkan jumlah orang yang terbatas

Dalam setiap melakukan komunikasi antarpribadi mahasiswa melalui *handphone* keterbatasan jumlah orang menjadi ciri khas, mereka hanya melakukan hanya dengan dua sampai tiga orang atau komunikasi diadik atau triadic. Artinya bahwa komunikasi antarpribadi hanya melibatkan dua orang atau hanya tiga orang saja. Jumlah yang terbatas ini akan mendorong terjadinya ikatan intim dengan lawan komunikasi

- 3) Komunikasi antarpribadi terjadi secara spontan

¹³⁶ Hidayat, *Komunikasi Antarpribadi...*, h. 203.

Terjadinya komunikasi antarpribadi sering tanpa ada perencanaan atau direncanakan. Sebaliknya komunikasi sering terjadi secara tiba-tiba, sambil lalu, tanpa terstruktur dan mengalir secara dinamis.

4) Komunikasi antarpribadi menggunakan media dan nirmedia

Secara sadar atau tidak komunikasi antarpribadi sering beranggapan bahwa berlangsung secara tatap muka dan langsung. Harus selalu berhadapan secara fisik. Padahal dalam pelaksanaannya yang dimaksud langsung dan tatap muka itu bisa saja melalui media yang sering digunakan seperti *handphone*. Memahami bahwa komunikasi antarpribadi dengan menggunakan media memang masih dalam perdebatan. Tapi sebagai ilustrasinya adalah setiap orang saat ini dapat melakukan komunikasi antarpribadi dengan orang-orang tertentu tanpa dengan tatap muka. Karena letak dan jarak yang sangat jauh untuk melakukannya maka mereka menggunakan *handphone* dalam melakukan komunikasi secara pribadi. Komunikasi ini sangat dinamis sehingga komunikasi antarpribadi juga akan berkembang, dari mulai yang tidak menggunakan media sampai dengan menggunakan media

5) Komunikasi antarpribadi bersifat keterbukaan (*Openness*)

Kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima dalam menghadapi hubungan antarpribadi keterbukaan dan sikap terbuka sangat mempengaruhi proses komunikasi antarpribadi yang efektif. Keterbukaan merupakan ungkapan reaksi kita terhadap situasi yang sedang dihadapi serta memberikan informasi terhadap permasalahan yang ada dalam komunikasi antarpribadi.

6) Komunikasi antarpribadi bersifat empati (*Empathy*)

Merasakan apa yang sedang dirasakan orang lain. Mahasiswa melakukan “curhat” dengan teman yang lainnya melalui *handphone*. Komunikasi antarpribadi dapat berlangsung kondusif apabila komunikator menunjukkan rasa empati pada komunikannya. Dapat diartikan juga bahwa empati sebagai suatu kesediaan untuk memahami orang lain. Baik yang nampak maupun yang

yang terkandung dalam perasaan, pikiran dan keinginan seseorang. Individu dapat menempatkan diri dalam suasana pikiran dan perasaan orang lain sedekat mungkin apabila individu tersebut dapat berempati. Apabila empati tersebut tumbuh dalam komunikasi antarpribadi maka proses komunikasi tersebut dapat berkembang dan tumbuh.

7) Komunikasi antarpribadi bersifat Dukungan (*Supportiveness*)

Situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif. Dalam komunikasi antarpribadi diperlukan sikap memberi dukungan dari pihak komunikator agar komunikannya mau berpartisipasi dalam berkomunikasi. Dukungan merupakan pemberian dorongan atau pengorbanan semangat kepada orang lain dalam suasana hubungan komunikasi. Karena itu dengan adanya dukungan dari proses komunikasi maka komunikasi antarpribadi akan bertahan lama disebabkan dengan suasana yang mendukung.

8) Komunikasi antarpribadi bersifat Positif (*Positiveness*)

Mahasiswa memiliki perasaan positif terhadap dirinya mendorong orang lain untuk lebih berpartisipasi dan menciptakan situasi komunikasi yang kondusif untuk interaksi yang efektif. Sukses komunikasi antarpribadi banyak tergantung pada kualitas pandangan dan perasaan diri positif atau negative. Pandangan dan perasaan tentang diri yang positif akan melahirkan pola perilaku komunikasi antarpribadi yang positif pula.

9) Komunikasi antarpribadi bersifat kesetaraan dan kesamaan (*Equality*)

Merupakan persamaan sama dengan orang lain sebagai mahasiswa yang tidak tinggikan derajatnya atau rendah. Walaupun terdapat perbedaan dalam kemampuan tertentu. Latar belakang atau hal-hal lain yang membedakan antara komunikator dengan komunikasinya. Artinya tidak menggurui, tetapi berbincang pada sikap yang sama. Memberikan rasa hormat yang akan membawa kelancaran dalam berkomunikasi.

10) Komunikasi antarpribadi bersifat *My-self Communication*

Komunikasi antarpribadi dimulai dari diri sendiri. Dalam hal ini awal proses komunikasi yang dilakukan mahasiswa adalah persepsi terhadap teman lainnya, biasanya ketika melihat wanita berjilbab besar maka persepsi pertamanya adalah anggota LDK (Lembaga Dakwah Kampus) Persepsi bukan hanya sekedar rekaman atas objek yang telah tersimultankan pada otak. Persepsi sangat dipengaruhi oleh kebutuhan, kesiapan mental dan suasana emosional.

11) Komunikasi antarpribadi bersifat *Transaksional*

Komunikasi antarpribadi mengacu pada penilaian Orang lain terhadap dirinya. Melalui *handphone* proses transaksional proses komunikasi antarpribadi selalu dilakukan. Komunikasi antarpribadi sering terjadi dengan mempertimbangkan untung rugi. Dari sebuah interaksi akan menghasilkan transaksi dalam komunikasi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Efektivitas penggunaan *handphone* dalam komunikasi antarpribadi di kalangan mahasiswa Fakultas Dawah IAIN SU Medan tidak efektif, dengan indikator, yaitu:
 - a) Mahasiswa Fakultas Dakwah belum memanfaatkan *fiture handphone* secara keseluruhan
 - b) Mahasiswa Fakultas Dakwah Tidak membaca buku panduan penggunaan *handphone* sebagai rujukan awal dalam menggunakan *handphone*
 - c) Mahasiswa Fakultas Dakwah Menjadikan *handphone* sebagai gaya hidup (life style) bukan sebagai kebutuhan
2. Efek penggunaan *handphone* dalam komunikasi antarpribadi di kalangan mahasiswa Fakultas Dawah IAIN SU Medan. Terdiri dari efek positif dan negative, yaitu:

Efek Positif

 - a. *Handphone* di gunakan mahasiswa Sebagai alat komunikasi jarak jauh, kepada orang tua, dosen dan teman.
 - b. *Handphone* di gunakan mahasiswa sebagai alat menyimpan data. Seperti menghafal Al-qur'an melalui *handphone*.
 - c. *Handphone* memudahkan para mahasiswa untuk mencari informasi tentang materi pelajaran lewat internet.
 - d. *Handphone* di gunakan mahasiswa memperoleh hiburan seperti *music player*, *video player*, *camera*, *games* dan akses internet.

Dampak Negatif

- a) Kehadiran *handphone* mempengaruhi minat membaca, karena mahasiswa menjadi lebih suka bermain *handphone* dari pada membaca buku.
- b) Menurunnya sifat sosial masyarakat, di karenakan individu-individu dalam mahasiswa lebih senang menggunakan media komunikasi *Handphone* dari pada melakukan komunikasi bertatapapan langsung dengan orang lain. Dengan label efisiensi, para mahasiswa melakukan ini. Namun dari sisi sosial jelas menurunkan keakraban, terlebih lagi jika dengan keluarga.
- c) Meningkatkan tindakan fitnah dan teror. saat ini yang menggunakan *Handphone* untuk alat melakukan tindak teror. Selain itu *Handphone* juga di gunakan sebagai sarana untuk menyebarkan video-video porno oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab.
- d) Menyebabkan penyakit pada fisik karena gelombang elektromagnetik. *Handphone* mengeluarkan gelombang elektromagnetik yang apabila di letakkan pada saku celana laki-laki, akan dapat menyebabkan menurunnya 70% produktivitas sperma dan lebih parah lagi sperma yang di hasilkan tidak akan dapat membuahi sama sekali.
- e) Konsumtif dan boros, mahasiswa menjadi terbiasa menggunakan produk saja tanpa memperhatikan kualitasnya. Ketergantungan mengisi pulsa untuk menggunakan *handphone*. Jika pulsa tidak di isi maka *handphone* tidak akan bisa berkomunikasi dengan *handphone* lainnya.

B. Saran

- a) Bagi mahasiswa, Seharusnya menggunakan seluruh *fiture handphone* yang mereka miliki. Sehingga memudahkan mereka berkomunikasi dan mengakses informasi secara lebih luas. Menggunakan *handphone* untuk hal-hal yang bermanfaat khususnya sebagai sumber belajar.

- b) Bagi lembaga Fakultas Dakwah, sebaiknya memberikan pelatihan penggunaan alat komunikasi *handphone* secara efektif dan efisien yang sesuai dengan nilai-nilai komunikasi Islam.
- c) Bagi lembaga Badan Informasi dan Komunikasi (BAINFOKOM) daerah dan pusat, menyaring segala informasi yang dapat merusak mental masyarakat khususnya mahasiswa.
- d) Bagi peneliti yang akan datang dengan topic pembahasan yang sama sebaiknya memperhatikan strategi komunikasi penggunaan *handphone*, penelitian ini dapat menjadi referensi dasar dan kerangka perbandingan.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Devito, Joseph. *The Interpersonal Communication Book, Fifth Edition Harper And Row*, New York: Publishers, 1989.
- , *Komunikasi Antar Manusia*, Jakarta: Professional Book, 1997
- Ali, Lukman, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- , *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Edisi Keempat*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Anwar, Arifin, *Dakwah Kontemporer, Sebuah Study Komunikasi Edisi Pertama*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Ardial, *Komunikasi Politik (Teori 2 Aplikasi)*, Medan: 2007.
- Ardianto, Alvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004
- Arifin Zakaria, Zainal, *Tafsir Inspirasi, Inspirasi Seputar Kitab Suci Al-Quran*, Medan: Duta Azhar, 2012.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Bachtiar, Wardi. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Jakarta: Logos, 1997.
- Budiyatna, Muhammad, *Teori Komunikasi Antarpribadi*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Bungin, Burhan, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.
- , *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Prenada Media Group, 2010.
- , *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Prenada Media Group, 2008.
- Changara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998.
- C. Dean. Barlnlund. *Interpersonal Communication*, Boston: Houghton Mifflin, 1968.
- Daryanto, *Ilmu Komunikasi (1)*, Bandung: CV. Yrama Widya, 2010.

- , *Teknik Handphone*, Bandung: CV. Yrama Media, 2010.
- Departemen Agama RI , *Al-quran dan Terjemahnya*, Bandung: Cv. Penerbit Diponegoro, 2006.
- Effendi, *Ilmu Komunikasi; Teori Dan Praktik*, Bandung: Rosda Karya, 2001.
- Fajar, Marhaeni, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009
- Hidayat, Dassrun. *Komunikasi Antar Pribadi Dan Mediana, Fakta Penelitian Fenomenologi Orang Tua Karir Dan Anak Remaja*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Khoir, Nisful. *Profil Fakultas Dakwah IAIN Sumatera Utara Medan 2012, Fakultas Dakwah IAIN Sumatera Utara*, Medan : 2012.
- Kholil, Syukur. *Metodologi Penelitian Komunikasi* Bandung: Remadja Rosda Karya, 2005.
- Liliweri, Alo. *Dasar-Dasar Komunikasi*, Jakarta: Grafindo, 1986.
- , *Dasar-Dasar Komunikasi Antar Budaya*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- , *Komunikasi Antarpribadi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1996.
- Maulana dkk, Achmad. *Kamus Ilmiah Populer Lengkap Dengan Eyd Dan Pembentukan Istilah Serta Akronim Bahasa Indonesia* , Yogyakarta: Absolut, 2008.
- Muhadjir, Noeng. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Gramedia,1990.
- Muhammad, Arni, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2001.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 2007.
- Moleong, lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007.
- Morey, Doc, *Carrer Management Series Phone Power, Meningkatkan Kefektifan Berkomunikasi di Telepon*, Jakarta: PT. Eliex Media Komputindo, 1998.

- Pace W Wayne dan F. Faules, *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 1993
- Pratikno, Riyono, *Berbagai Aspek Ilmu Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 1987.
- Purwanto, Djoko, *Komunikasi Bisnis*, Jakarta: Erlangga, 2003
- Rachmad, Djallaluddin. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008.
- , *Islam Actual*, Bandung: Mizan, 1996
- Sunarno, Adi. *Telephone Courtesy, Panduan Kesopanan Bertelephone Secara Internasional Dikantor, Rumah Dan Ponsel*, Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2008.
- Suparta, H Munzir dan H Harjani Hefni (ed), *Metode Dakwah*, Jakarta: Rahmad Semesta, 2006
- Supratiknya, A. *Komunikasi Antar Pribadi, Tujuan Psikologis*. Yogyakarta: Kanisius, 1995.
- Suyurno H, Salahuddin, Hj. Ismail, Ali Faezah Ramlan, *Islam Dan Komunikasi*, Malaysia: university UPENA 2007
- Tubbs, Steward, Silvia Moss, *Human Communication (Prinsip-Prinsip Dasar)*, terj. Deddy Mulyana dan Gembirasari, Bandung: Remaja Rosda Karya, 1993
- Uchjana Effendi, Onong. *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja, Rosda Karya, 2002
- , *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Bandung: Rosda Karya, 2004
- , *Ilmu Komunikasi*, Bandung: Rosda Karya, 1999.
- , *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditiya Bakti, 2000
- Wahyudi, J.E, *Media Komunikasi Massa Televisi*, Bandung: Alumni, 1986
- Wardani, Igak, et Al, *Teori Belajar, Motivasi Dan Keterampilan Mengajar*, Jakarta PAU-PPAI Universitas Terbuka 2007

Widjaja A W, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta: Bina Aksara, 1986

W. Koehler, Jerry ,Karl W.E. Anatol L. Appibaum: *Organizational Communication, Behavioral Perspectives*