

**Analisis Unsur-unsur Komunikasi, Media Komunikasi, Metode  
Komunikasi, Efek Komunikasi**

**Erwan Effendy, Andy Akbar, Arizah Laila Madani, Luthfyah Az Zahra, Mhd.  
Sabili Al Khozi Nst, Utsman Fajri Ramadhan.**

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia  
erwanefendi@uinsu.ac.id andyakbar89513@gmail.com  
arizahlailamadani@gmail.com khoziinasution13@gmail.com  
luthfyahazzahra961@gmail.com utsmanfajriramadhan@gmail.com

**ABSTRACT**

*Analysis of Communication Elements, Communication Media, Communication Methods, Communication Effects Communication methods are the concrete way messages are conveyed, such as direct speaking, letters, telephone, email, or presentations. The seven elements of communication play a very important role in building a successful and good communication process. Communication media includes all types of content used in the communication process, including text. Communication methods include the techniques and methods used to send messages from the sender to the recipient. This includes oral communication, tert. Communication effects refer to the impact of messages conveyed through certain media or communication methods. Analysis of communication elements, media selection, use of appropriate methods and strategies, and understanding the effects of communication are very important in ensuring that messages are conveyed effectively and achieve the desired goals in various contexts, both in personal communication and public communication.*

**Keywords:** communication, media, and met

**ABSTRAK**

Analisis Unsur-unsur Komunikasi, Media Komunikasi, Metode Komunikasi, Efek Komunikasi Metode komunikasi adalah cara konkretnya pesan disampaikan, seperti bicara langsung, surat, telepon, email, atau presentasi. Ketujuh unsur komunikasi berperan sangat penting dalam membangun proses komunikasi yang berhasil dan baik. Media komunikasi meliputi segala jenis konten yang digunakan dalam proses komunikasi, termasuk teks. Metode komunikasi mencakup teknik dan cara yang digunakan untuk mengirim pesan dari pengirim ke penerima. Ini termasuk komunikasi lisan, tert. Efek komunikasi mengacu pada dampak pesan yang disampaikan melalui media atau metode komunikasi tertentu. Analisis unsur-unsur komunikasi, pemilihan media, penggunaan metode dan strategi yang tepat, serta pemahaman efek komunikasi sangat penting dalam memastikan bahwa pesan disampaikan dengan efektif dan mencapai tujuan yang diinginkan dalam berbagai konteks, baik dalam komunikasi pribadi maupun komunikasi publik.

**Kata kunci:** komunikasi, media, dan metode

## PENDAHULUAN

Perkembangan internet yang muncul pada abad lain membuat pengguna internet dan menyambut has masih mengidentikkan internet sebagai perkembangan teknologi komputer atau "*internet is tool is not medium*". Anggapan ini tidak menjadi hilang manakala *booming* fasilitas internet (*e-mail, chatting* dan *browser*) digunakan oleh banyak orang untuk berkomunikasi. Perkembangan seperti ini pernah digambarkan Denis McQuail sebagai perangkat media elektronik baru yang mencakup beberapa sistem teknologi; sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian, (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur) dan sistem pengendalian (oleh komputer). Di sisi lain, ilmu komunikasi tampaknya gagap dan bingung untuk memahami dan melihat internet ke dalam kajian konsep dan teori.

Uniknya lagi, internet ternyata bukan sekadar menjadi alternatif media komunikasi saja, tetapi ikut membentuk pola-pola komunikasi baru. Bentuk komunikasi baru tersebut antara lain; sifat komunikasi bermedia berubah menjadi komunikasi yang interaktif, sifat komunikasi tidak lagi selalu *synchronous*, tetapi dapat pula bersifat *asynchronous*, jarak, nung-waktu antara pengirim dan penerima pesan menjadi keniscayaan untuk semakin tipis, serta konteks komunikasi berlangsung dalam dunia maya (tal). Salah satu konsep mutakhir yang ditawarkan untuk melihat internet sebagai media komunikasi adalah konsep "*computer mediated communications*" (CMC), Konsep CMC yang ditawarkan oleh John December sebenarnya masih bersifat "mental" dan cenderung menerjemahkan konsep CMC dari alur logika teknis jaringan internet. Apalagi konsep yang ditawarkan dalam CMC tidak melihat komunikasi melalui internet adalah bersifat virtual (my). Konsep CMC juga tidak memberi penjelasan tentang level dan konteks komunikasi, unsur-unsur kemik yang terlibat, serta model yang berlaku dalam komunikasi menggunakan internet. Di sisi lain, teori-teori komunikasi yang sudah eksis, yang bisa digunakan untuk landasan pendekatan *research* internet hanyalah teori *uses and gratifications* yang menitikberatkan pada media pasif dan komunikasi aktif. Sementara itu, referensi pendukungnya masih berupa konsep dan bukannya *middle range theory*.<sup>1</sup>

abad modern sekarang ini, kita telah merasakan ada banyak perubahan yang terjadi terkait perubahan teknologi informasi. Kita juga melihat bermunculan berbagai penemuan baru akibat kemajuan teknologi yang berkembang cepat. Teknologi memberikan manusia berbagai macam kemudahan guna melakukan pekerjaan, dan lebih dari itu juga memberikan kepada manusia kehidupan yang lebih nyaman dan menyenangkan.

Teknologi saat ini yang telah memungkinkan terjadinya perubahan media komunikasi. Media komunikasi adalah sarana atau alat yang digunakan untuk berkomunikasi. Dalam hal ini, sebuah media yang memfasilitasi komunikasi keluarga yang termediasi. Dahulu ketika internet muncul di penghujung abad ke-21.

Pengguna internet dan masyarakat luas masih mengidentikkannya sebagai "alat" semata. Berbeda halnya sekarang, internet menjadi "media" tersendiri yang bahkan mempunyai kemampuan interaktif. Aspek tersebut telah melahirkan ekstra kemudahan bagi para penggunanya.

Dalam komunikasi keluarga sekalipun yang terpisahkan dalam jarak, sifat *interactivity* dari penggunaan media konvergen telah melampaui kemampuan potensi umpan balik (*feedback*), karena seorang khalayak mengakses media konvergen secara langsung memberikan umpan balik atas pesan-pesan yang disampaikan.

Pada konteks yang lebih luas, media komunikasi sesungguhnya bukan saja memperlihatkan kian cepatnya perkembangan teknologi. Perubahan media komunikasi juga mampu mengubah hubungan antara anggota keluarga. Singkatnya, media juga mengubah pola-pola hubungan produksi dan konsumsi, yang penggunaannya berdampak serius pada berbagai bidang seperti ekonomi, politik, pendidikan, dan kebudayaan.

Perubahan tersebut mempengaruhi relasi sosial di keluarga secara mikro dan masyarakat secara makro. Perubahan ini ditandai dengan meningkatnya penggunaan media konvergen secara luar biasa. Di samping itu, berkat kemajuan teknologi informasi pula, media komunikasi pun berubah, biaya maupun infrastruktur yang diperlukan untuk dapat mengolah dan mengirimkan informasi pun kian murah dari tahun ke tahun.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi global dewasa ini telah menelan berbagai dimensi keluarga harmonis. Menurut Yasraf (2004:476), melalui perkembangan berbagai bentuk teknologi informasi dan komunikasi yang bersifat segera (*instantaneous*), cepat, dan virtual, maka interaksi (tatap muka) kini diambil alih oleh interaktif, relasi yang diperantarai oleh media sosial. Segala ingatan atau memori tentang tempat, dan waktu bersama keluarga kini diambil alih oleh ingatan media yang dapat menyimpan, mengingat, menayangkan kembali segala hal. dan

Dalam sebuah keluarga, khususnya yang tinggal di perkotaan, berbagai aspek telah bergeser dari sejak nilai sampai simbol yang berseliweran yang menghubungkan antar peran sebagai suatu relasi sosial dalam keluarga. Perubahan pola komunikasi dalam keluarga perkotaan yang sedang terjadi ini dikhawatirkan akan meruntuhkan bangunan keluarga yang berkualitas yang pada gilirannya akan menentukan bagus tidaknya kualitas suatu bangsa.<sup>2</sup>

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *Systematic Literature Review (SLR)* iuntuk mengetahui metode yang paling tepat untuk perancangan *Arsitektur Enterprise* di instansi pemerintahan. Penelitian ini menerapkan tiga tahapan yaitu: perencanaan, pelaksanaan, dan analisis hasil yang

mana menganalisis hasil dari *Literature Review* yang sudah penulis lakukan. Tahap perencanaan melibatkan rumusan masalah yang ingin diidentifikasi. Tahap pelaksanaan melibatkan proses pengumpulan *paper* untuk melakukan *Literature Review*. Analisis hasil yaitu menjawab rumusan masalah yang ada bersumber dari *Literature Review* yang dilakukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis unsur-unsur komunikasi

Unsur komunikasi dibagi menjadi tujuh, yakni sumber atau komunikator, pesan, saluran atau media, penerima atau komunikan, akibat atau pengaruh, umpan balik, serta lingkungan. Ketujuh unsur tersebut sering juga disebut elemen atau komponen komunikasi. Unsur-unsur ini sangat penting dalam menciptakan proses komunikasi yang baik.

Para ahli komunikasi memiliki pendapatnya masing-masing mengenai unsur komunikasi. Namun jika dirangkum, setidaknya ada tujuh unsur komunikasi. Berikut penjelasannya:

1. Sumber atau komunikator (*source*)

Dikutip dari buku Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik (2017) karya Yetty Oktarina dan Yudi Abdullah, komunikator atau sumber adalah pengirim pesan dalam proses komunikasi.

Istilah lain dari komunikator ialah *sender*, *encoder*, *source*, atau pengirim pesan. Komunikator bisa berupa perorangan ataupun lembaga yang bertindak sebagai pengirim pesan.

2. Pesan (*message*)

Menurut Hafied Cangara dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi (2016), pesan dalam proses komunikasi dimaknai sebagai sesuatu yang dikirimkan komunikator kepada komunikan.

Pesan bisa disampaikan secara tatap muka atau lewat media komunikasi, seperti telepon, surat, dan lainnya. Isi pesan sangat bervariasi, ada yang sifatnya informatif, menghibur, dan nasihat. Namun, ada pula pesan yang berisikan propaganda.

3. Saluran atau media (*channel*)

Media yang dimaksud ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari komunikator kepada komunikan. Beberapa contoh media yang sering dipakai dalam proses komunikasi ialah pancaindra dan alat komunikasi, seperti surat, telepon, dan telegram. Selain itu, media dalam proses komunikasi juga bisa dimaknai sebagai media cetak, media elektronik, dan media daring yang menjadi perantara penyampaian pesan komunikasi.

4. Penerima atau komunikan (*receiver*)

Komunikasikan adalah sasaran penyampaian pesan oleh komunikator. Komunikasikan bisa berupa perorangan, kelompok, partai, bahkan negara. Penerima merupakan elemen penting dalam proses komunikasi, karena menjadi sasaran dari komunikasi. Apabila pesan tidak diterima komunikasikan, akan timbul permasalahan yang sering menuntut adanya perubahan, entah dari komunikator, pesan, atau media.

5. Akibat atau pengaruh (*effect*)

Adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, serta dilakukan komunikasikan sebelum dan setelah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada sisi pengetahuan, sikap, maupun tingkah laku individu atau sekelompok orang. Oleh sebab itu, *effect* dapat juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada sisi pengetahuan, sikap, serta tindakan seseorang akibat penerimaan pesan.

6. Umpan balik (*feedback*)

Umpan balik bisa muncul dari pengaruh pesan yang ditimbulkan. Namun, juga bisa muncul dari unsur komunikasi lainnya, yakni pesan dan media.

7. Lingkungan

Unsur komunikasi ini terdiri dari sejumlah faktor yang mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor lingkungan bisa dikelompokkan menjadi empat macam, yaitu lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, dimensi psikologis, dan dimensi waktu.

Lingkungan fisik berarti proses komunikasi hanya bisa berjalan lancar tanpa rintangan fisik, misalnya geografis. Lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi, serta politik yang bisa menjadi kendala dalam proses komunikasi.

Contohnya bahasa, kepercayaan, adat istiadat, dan status sosial. Dimensi psikologis merujuk pada pertimbangan kejiwaan dalam berkomunikasi. Contohnya menghindari kritik yang bisa menyinggung perasaan lawan bicara. Dimensi waktu adalah situasi yang tepat untuk berkomunikasi. Banyak proses komunikasi yang tertunda karena pertimbangan waktu, seperti musim dan cuaca.

Ketujuh unsur komunikasi ini berperan sangat penting dalam membangun proses komunikasi yang berhasil dan baik. Tanpa salah satu unsur, proses komunikasi tidak akan berjalan dengan baik.

### **Media Komunikasi**

Media komunikasi mencakup segala bentuk alat atau sarana yang digunakan untuk meneruskan pesan. Media komunikasi ini termasuk media cetak (koran, majalah), media elektronik (televisi, radio), media sosial (Instagram, WhatsApp), dan media baru seperti aplikasi pesan instan.

- Peranan internet sebagai media komunikasi

Saat ini, Internet menjadi media komunikasi alternatif, bahkan ikut membentuk pola komunikasi baru. Tetapi belum ada teori ilmu komunikasi yang dapat mengakomodasi melalui internet ini. Sementara itu, teori-teori komunikasi yang sudah ada dapat digunakan sebagai landasan pendekatan penelitian komunikasi adalah teori kegunaan dan gratifikasi yang berfokus pada media, komunikasi pasif dan aktif. Referensi pendukungnya masih berupa konsep bukan teori jangka menengah.

- Media komunikasi pembelajaran

Pola yang menjadi dasar belajar mengajar dan konsep dasar komunikasi media pembelajaran, pembahasan tersebut kemudian dilanjutkan dengan perkembangan media pembelajaran dan peran guru di dalamnya serta tahapan perencanaan sampai produksi media pembelajaran.

Adapun 3 pemaparan yang lebih rinci ialah mengapa serta bagaimana menggunakan media grafis, presentasi, komputer, multimedia, dan media pembelajaran individual untuk menciptakan komunikasi yang efektif dalam kegiatan belajar mengajar.

### **Metode dan Strategi Komunikasi**

Metode komunikasi adalah cara konkretnya pesan disampaikan, seperti bicara langsung, surat, telepon, email, atau presentasi.

Strategi komunikasi adalah rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi. Ini mencakup pemilihan media yang tepat, audiens target, pesan yang efektif, dan jadwal yang sesuai.

- Strategi komunikasi pemasaran Shopee dalam membangun *positioning* di Tengah pandemi covid-19 di Indonesia

Di Tengah situasi merebaknya pandemi virus Covid-19 mengharuskan Masyarakat melakukan kegiatannya di rumah dan menjaga jarak (*social distancing*) sesuai dengan anjuran pemerintah. Dalam mendukung program pemerintah tersebut Shopee menyatakan dirinya sebagai pejuang belanja dari rumah dengan program kampanyenya yang di sebut #ShopeeDariRumah. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus dengan pendekatan secara kualitatif, karena permasalahannya membutuhkan pengamatan secara kualitatif.

- Strategi komunikasi *podcast* dalam mempertahankan pendengar

*Podcast* merupakan suatu konten dalam audio *broadcast* di media baru internet, *podcast* DoYouSeeWhatISee merupakan *podcast* bertemakan horor yang merupakan salah satu *podcast* terbaik di Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi yang di gunakan *podcast* DoYouSeeWhatISee dalam mempertahankan pendengar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data yang di lakukan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi.

## Efek Komunikasi

Efek komunikasi ialah mengacu pada dampak atau konsekuensi dari pesan yang disampaikan. Ini dapat termasuk perubahan dalam pengetahuan, sikap, perilaku, atau pandangan audiens sebagai respons terhadap komunikasi. Efek komunikasi juga bisa berupa pemahaman yang lebih baik atau terbentuknya opini publik.

- Partisipasi dan efek komunikasi pemuka pendapat dalam Pembangunan

Pembangunan merupakan bagian proses perubahan yang sengaja dilakukan secara terencana dan berkelanjutan menuju tataran kehidupan masyarakat yang lebih baik. Peningkatan kualitas hidup rakyat dalam suatu bangsa merupakan tujuan yang paling penting dalam pembangunan yang dilaksanakan oleh pemerintah.

Komunikasi Pembangunan diarahkan untuk perubahan sosial yang terancang dengan baik, yang bertujuan untuk meningkatkan pembangunan manusiawi, yang berarti bahwa komunikasi dapat menghapus kemiskinan, pengangguran, dan ketidakadilan. Komunikasi pembangunan yang diutamakan adalah kegiatan mendidik dan memotivasi masyarakat. Tujuan komunikasi adalah untuk menanamkan ide-ide, sikap mental, dan mengajarkan keterampilan yang dibutuhkan masyarakat.

## KESIMPULAN

Analisis unsur-unsur komunikasi, pemilihan media, penggunaan metode dan strategi yang tepat, serta pemahaman efek komunikasi sangat penting dalam memastikan bahwa pesan disampaikan dengan efektif dan mencapai tujuan yang diinginkan dalam berbagai konteks, baik dalam komunikasi pribadi maupun komunikasi publik.

## DAFTAR PUSTAKA

Effendi, M. (2015). Peranan Internet Sebagai Media Komunikasi. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 3(2), 130–142.  
<https://doi.org/10.24090/komunika.v3i2.143>

<https://chat.openai.com/c/1aae6f14-b276-4aae-b2a2-835cd7769c74>

[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=efek+komunikasi&btnG=#d=gs\\_qabs&t=1698379431217&u=%23p%3DwKhsTXyhM4oJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=efek+komunikasi&btnG=#d=gs_qabs&t=1698379431217&u=%23p%3DwKhsTXyhM4oJ)

[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=media+komunikasi+%28channel%29&btnG=#d=gs\\_qabs&t=1698378930480&u=%23p%3DGbej sSLZvlwJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=media+komunikasi+%28channel%29&btnG=#d=gs_qabs&t=1698378930480&u=%23p%3DGbej sSLZvlwJ)

[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=media+komunikasi+%28channel%29&btnG=#d=gs\\_qabs&t=1698379024399&u=%23p%3D3PR 15cw\\_57AJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=media+komunikasi+%28channel%29&btnG=#d=gs_qabs&t=1698379024399&u=%23p%3D3PR 15cw_57AJ)

[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=metode+atau+strategi+komunikasi&btnG=#d=gs\\_qabs&t=1698379204937&u=%23p%3D\\_0EEf-KdM18J](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=metode+atau+strategi+komunikasi&btnG=#d=gs_qabs&t=1698379204937&u=%23p%3D_0EEf-KdM18J)

[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=metode+atau+strategi+komunikasi&btnG=#d=gs\\_qabs&t=1698379352783&u=%23p%3DzgeMZuVD7YoJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=metode+atau+strategi+komunikasi&btnG=#d=gs_qabs&t=1698379352783&u=%23p%3DzgeMZuVD7YoJ)

Prasanti, Ditha. (2016). Perubahan Media Komunikasi dalam Pola Komunikasi Keluarga di Era Digital. *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media*, 1(1).  
<http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/commed/article/view/115>

Putri, Vanya Karunia Mulia. (2021). *7 Unsur Komunikasi beserta Penjelasan*  
[https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/31/090000269/7-unsur-komunikasi-beserta-penjelasan?page=all&\\_gl=1\\*1fo3xz\\*\\_ga\\*YW1wLULwVHdONThfdHNMaEhmVS15WTU2YWZLbFJxRlgyLW5yQ3FMVm1aWDctUGhIUjZSZktFZmRXUWNjVUE3TVNrS1A.\\*\\_ga\\_77DJNQ0227\\*MTY5ODQxMzg2OS4xLjEuMTY5ODQxMzg3MC4wLjAuMA.\\*\\_ga\\_7KGEC8EBBM\\*MTY5ODQxMzg2OS4xLjEuMTY5ODQxMzg3MC4wLjAuMA..#page2](https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/31/090000269/7-unsur-komunikasi-beserta-penjelasan?page=all&_gl=1*1fo3xz*_ga*YW1wLULwVHdONThfdHNMaEhmVS15WTU2YWZLbFJxRlgyLW5yQ3FMVm1aWDctUGhIUjZSZktFZmRXUWNjVUE3TVNrS1A.*_ga_77DJNQ0227*MTY5ODQxMzg2OS4xLjEuMTY5ODQxMzg3MC4wLjAuMA.*_ga_7KGEC8EBBM*MTY5ODQxMzg2OS4xLjEuMTY5ODQxMzg3MC4wLjAuMA..#page2)