

08/00-164

TIPE PELAKSANAAN DALAM PERENCANAAN SUATU PESAN

OLEH
NILA KUSUMA WINDRATI
NIP. 132.002.050

UNIVERSITAS TERBUKA

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TERBUKA
JAKARTA
1998

TIPE PELAKSANAAN DALAM PERENCANAAN SUATU PESAN

Paper ini bertujuan untuk mengkaji lebih jauh mengenai tipe pelaksanaan dari perencanaan suatu pesan, yaitu cara yang ditempuh oleh seorang komunikator untuk menyampaikan suatu pesan kepada komunikan yang dilakukan melalui pesan verbal dan pesan non verbal.

PENDAHULUAN

Pada hakikatnya komunikasi adalah merupakan kegiatan penyampaian pesan yang merupakan hasil pikiran manusia dalam hal ini kita sebut sebagai komunikator, disampaikan kepada manusia yang lain atau komunikan, agar komunikan dapat memahami dan mengerti pesan yang disampaikan padanya, selanjutnya komunikan dapat menerima atau mendukung apa yang menjadi buah pikir komunikator tersebut. Dengan hakikat tersebut maka pesan menjadi salah satu unsur yang perlu dikaji secara mendalam dalam berkomunikasi, karena dalam kenyataannya pesan sebagai hasil pikir yang kemudian disampaikan kepada khalayak sasaran tersebut tidak begitu saja dapat diterima oleh khalayak sasaran, sehingga pesan tersebut harus dikemas secara tepat dan baik.

Sebelum suatu pesan kita buat dan kita sebarluaskan kepada khalayak sasaran atau komunikan, sebaiknya dilakukan dulu suatu perencanaan kegiatan yang akan kita lakukan, karena untuk mendapatkan suatu hasil yang baik dari suatu kegiatan terlebih dahulu harus disusun suatu rencana. tanpa suatu rencana, pelaksanaan suatu program atau kegiatan akan berlangsung tanpa arah.

Dalam merencanakan sebuah pesan hal-hal yang akan dibahas di dalamnya adalah mengenai: pengembangan pesan, strategi pesan dan penentuan tujuan, pelaksanaan pesan, evaluasi perencanaan pesan. Apabila kita kaitkan dengan judul makalah ini maka pembahasan perencanaan pesan akan penulis tekankan pada tipe pelaksanaan pesan.

TIPE PELAKSANAAN DALAM PERENCANAAN SUATU PESAN

Yang dimaksud dengan pelaksanaan dalam suatu perencanaan pesan adalah tindakan yang dilakukan oleh seorang komunikator dalam rangka kegiatannya untuk menyampaikan suatu pesan kepada khalayak sasaran. Dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya tersebut, seorang komunikator dapat

menggunakan dua tipe atau jenis penyampaian pesan yaitu penyampaian pesan secara verbal dan non verbal.

Penyampaian pesan secara verbal adalah merupakan suatu penyampaian pesan dari seorang komunikator kepada khalayak sasaran dengan menggunakan lambang bahasa. Sebagian besar komunikasi yang dilakukan oleh manusia memanfaatkan bahasa sebagai alat untuk menyampaikan maksud maupun gagasannya. sebagai contoh dalam pelaksanaan program keluarga berencana. Untuk mensukseskan program KB tersebut petugas KB membuat suatu kelas layanan dengan menggambarkan kata-kata sebagai berikut: " DUA ANAK CUKUP" , kata-kata ini dibuat dalam contoh poster, billboard,, spanduk dan bentuk-bentuk lainnya, yang sengaja diperlihatkan pada masyarakat umum ditempat-tempat yang strategis. Dengan memanfaatkan bahasa sebagai alat untuk menyampaikan pesan ini maka masyarakat luas menjadi tahu bahwa mereka diwajibkan hanya memiliki dua anak saja dalam membina keluarga.

Selain menggunakan kata-kata yang dituangkan dalam bentuk spanduk, billboard, poster dan sejenisnya, maka pihak kantor Menteri negara Kependudukan dan BKKBN melalui petugas-petugas penyuluhannya melakukan pula penyampaian pesannya dengan melakukan penyuluhan-penyuluhan secara tatap muka dengan kelompok-kelompok masyarakat seperti ibu-ibu yang tergabung dalam kelompok PKK. Pesan-pesan yang disampaikan dalam forum penyuluhan tersebut biasanya bersifat lisan.

Dari kedua contoh tentang pesan tersebut, maka gambaran yang kita peroleh tentang pesan verbal adalah bahwa pesan itu terdiri dari dua bentuk, yaitu secara tulisan seperti spanduk, billboard, dan lain-lain, serta pesan-pesan lisan yang disampaikan melalui penyuluhan-penyuluhan.

Memperhatikan pesan verbal yang terdiri dari dua bentuk seperti tersebut di atas, ternyata dalam pelaksanaannya atau prakteknya tidak sesederhana seperti apa yang kita gambarkan. kadang-kadang pesan yang disampaikan menimbulkan makna yang berbeda-beda pada komunikan. ini terjadi karena komunikan merupakan kumpulan orang-orang dengan latar belakang yang berbeda-beda, sehingga keadaan ini menimbulkan masalah-masalah yang justru dapat menolak pesan-pesan yang disampaikan. oleh karena itu Jhonson dan Hayakawa mengeluarkan sebuah teori yang disebut sebagai General Semantics. teori ini menitik beratkan pandangannya atas penggunaan bahasa untuk menyampaikan pesan, agar tidak terjadi salah pengertian antara komunikator dengan komunikan dalam hal makna pesan. Dalam teorinya Jhonson dan Hayakawa menyatakan sebagai berikut :

1. Berhati-hati dengan abstraksi.

Pengertiannya adalah bahwa bahasa itu menggunakan abstraksi, sedangkan abstraksi menyebabkan cara-cara penggunaan bahasa yang tidak cermat. Ada tiga buah abstraksi yang menjadi perhatian di sini, yaitu: Pertama, Abstraksi halus, misalnya menyebutkan kata keadilan, kebenaran yang semua ini mengandung makna yang luas. Untuk menghindari abstraksi ini, maka lebih baik dalam menyampaikan suatu pesan dengan menggunakan contoh-contoh terlebih yang nyata, baru kemudian disimpulkan dengan kata-kata yang abstrak. Kedua, Identifikasi yang tidak layak, misalnya penyebutan kata-kata: "Perempuan semuanya materialistis". tentunya kata-kata dalam bahasa ini tidak tepat, karena tidak semua wanita materialistis. Untuk menghindari hal ini, perlu adanya indeks apabila menyebut kata perempuan, yaitu: Perempuan 1, Perempuan 2, Perempuan 3. hal ini diperlukan agar pesan yang disampaikan menggunakan bahasa yang tepat. Ketiga, penilaian terhadap dua nilai, pengertiannya adalah adanya kecenderungan untuk menggunakan hanya dua kata untuk melukiskan suatu keadaan, misalnya benar-salah, baik-buruk, kawan-musuh. komunikator yang menggunakan kata-kata ini dalam menyampaikan suatu pesan cenderung memberikan vonis kepada komunikan yang tidak sepeham dengan pesan yang disampainya dengan sebutan sebagai kawan atau musuh, benar atau salah, dsb. hal ini tidaklah tepat, karena akan menyebabkan komunikan menjadi enggan mengikuti program yang disampaikan oleh komunikator tersebut. sebagai contoh dalam kegiatan penyuluhan KB, apabila seorang penyuluh KB dalam menyampaikan pesan-pesannya menyatakan sebagai berikut: "pasangan suami-istri yang tidak ikut KB adalah keliru". pernyataan tersebut tidak tepat dan tidak mendidik bagi yang disuluh, akan ada kecenderungan komunikan atau orang yang disuluh tersebut tidak mau mengikuti kegiatan penyuluhan lagi, karena mereka takut disalahkan. Untuk itu, cara penyampaian pesan yang baik adalah dengan menggunakan kata-kata sebagai berikut: "Pasangan suami-istri yang harmonis adalah yang memiliki dua orang anak, karena dengan dua orang anak diharapkan orang tua akan lebih mudah memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka kelak dikemudian hari". Kata-kata yang dipakai dalam pesan tersebut akan lebih enak dan mengena dibandingkan dengan kata-kata yang sifatnya memvonis.

2. Berhati hatilah dengan demensi waktu.

Pengertiannya adalah bahwa bahasa itu statis sedangkan realitas sifatnya dinamis. dengan demikian, dalam menyampaikan pesan secara verbal, komunikator harus menyampaikan karta-kata yang sesuai untuk masa atau waktu saat pesan disampaikan. sebagai gambaran adalah sebagai berikut: Dalam suatu penyuluhan KB di daerah kota, seorang penyuluh menerangkan bahwa keluarga dengan dua orang anak akan memperoleh kebahagiaan nantinya, karena keluarga ini tidak terlalu repot dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan anaknya tersebut. pernyataan ini belum tentu benar bagi masyarakat di daerah kota yang dimaksud, karena realita menunjukkan hal yang berbeda, mereka ada yang mengalami kesulitan

dibidang ekonomi meskipun anaknya hanya dua orang. sehingga mereka pesimis dengan anak yang sedikit itu kesejahteraannya akan terjamin di kemudian hari.

3. Jangan mengacaukan kata dengan rujukan.

pengertiannya adalah kecenderungan menganggap orang lain mempunyai rujukan atau pengertian yang sama dengan kata-kata yang diucapkan. padahal tidak demikian keadaannya. sebagai gambaran adalah sebagai berikut: Petugas penyuluh KB menyatakan bahwa alat kontrasepsi spiral merupakan alat yang cocok untuk ikut dalam program KB. pernyataan ini belum tentu cocok untuk komunikan yang mendengarkannya. pernyataan yang benar adalah "alat kontrasepsi berupa spiral cocok untuk istri saya dalam keikut sertaannya pada program KB".

4. Jangan mengacaukan pengamatan dan kesimpulan.

Pengertiannya adalah pengamatan dan kesimpulan yang dibuat terhadap fakta yang sama tidak dapat kita samakan. Pengamatan merupakan hasil dari penggambaran fakta dan merupakan hubungan antara lambang dan rujukan. di samping itu, hasil pengamatan dapat diuji, dan karena itu pengamatan menggunakan kata-kata yang berabstraksi rendah. sebagai gambaran pak Syafri adalah pegawai negeri. memiliki empat anak. ia baru membeli mobil. Kesimpulan, terjadi apabila seseorang menghubungkan hal-hal yang dilihat dengan sesuatu yang tidak terlihat. dalam menarik suatu kesimpulan dengan menggunakan pemikiran tidak dapat diuji secara empiris atau dengan menggunakan alat indera, oleh karena itu menggunakan kata-kata berabstraksi tinggi. sebagai gambaran "Pak syafri seorang pegawai negeri, memiliki empat orang anak. dan ia baru saja membeli mobil". Kesimpulan orang adalah pak syafri sebagai pegawai negeri dengan empat orang anak dapat membeli mobil, pasti dia melakukan korupsi. Kesimpulan tersebut belum tentu benar.

Keempat pernyataan yang diungkapkan dalam teori general semantic tersebut memang perlu diperhatikan, selagi kita berupaya untuk menyampaikan pesan secara verbal kepada komunikan, dengan maksud agar pesan yang disampaikan mudah diterima oleh komunikan, karena lambang bahasa yang dipakai, baik secara lisan maupun tulisan, akan sampai kepada komunikan dengan makna yang sama.

Kemudian, yang dimaksud dengan penyampaian pesan secara non verbal yaitu suatu bentuk penyampaian pesan dalam proses komunikasi dengan menggunakan kode selain bahasa, yaitu penyampaian pesan dengan menggunakan nada suara, ekspresi muka, tekanan kata, gerakan tangan, menampilkan benda-benda tertentu, dan lain-lainnya. Pesan-pesan non verbal ini kadang-kadang nampak

penggunaan pesan non verbal tanpa menyertai pesan verbal, sebagai contoh yang dapat kita lihat pada kehidupan sehari-hari seperti tanda lalu lintas, poster bergambar, acungan jempol, anggukan kepala, dan lain-lain. Pesan non verbal ini mempunyai beberapa fungsi, yaitu :

1. Fungsi Repetisi

Mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal. misalnya, dalam suatu rapat. Setelah peserta rapat menyatakan keberatannya atas gagasan dari ketua rapat, maka peserta tersebut menggelengkan kepala berkali-kali.

2. Substitusi

Fungsinya menggantikan lambang-lambang verbal. Misalnya para peserta rapat menganggukkan kepala karena mereka sependapat dengan pesan yang disampaikan oleh pimpinan rapat.

3. Kontradiksi

Menolak pesan verbal atau memberikan makna yang lain terhadap pesan verbal. Misalnya komunikasi mencibirkan bibir atas pesan yang disampaikan oleh komunikator.

4. Komplemen

melengkapi dan memperkaya makna pesan non verbal, misalnya komunikasi memperlihatkan air muka yang menunjukkan tingkat penderitaan yang tidak dapat diungkapkan dengan kata-kata, karena beban hidup yang dideritanya.

5. Aksentuasi

Menegaskan kesan verbal atau menguaris bawahinya., misalnya, para peserta rapat memukul meja untuk mengungkapkan kejengkelannya karena tidak sepakat dengan pesan yang disampaikan kepadanya.

Sedangkan menurut Duncan pesan non verbal dapat diklasifikasikan ke dalam enam jenis: pertama, pesan kinetik, terdiri dari pesan parsial, yaitu menggunakan air muka untuk menyampaikan makna tertentu. pesan gestural, yaitu menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasikan berbagai makna. pesan postural, yaitu berkenaan dengan seluruh anggota badan. kedua, pesan paralinguistik, yaitu pesan non verbal yang berhubungan dengan cara mengucapkan pesan verbal. pesan paralinguistik terdiri dari nada, kualitas suara, volume, kecepatan dan ritme. ketiga, pesan olfaksi, yaitu suatu pesan yang disampaikan dengan melalui bau-bauan. kebanyakan komunikasi melalui bau-bauan ini berlaku dengan secara tak sadar. bila seorang emosional atau dalam keadaan tegang, tubuhnya akan mengeluarkan keringat yang baunya khas. dan ini akan diketahui oleh orang lain. keempat, pesan melalui sensitivitas kulit. kulit adalah alat penerima sentuhan, yang mampu menerima dan

membedakan berbagai emosi yang disampaikan orang melalui sentuhan. sejak kecil manusia telah terlahirkan untuk menerima sentuhan, biasanya berupa ungkapan keakraban dan kasih sayang. klasifikasi pesan yang ke lima adalah pesan artifaktual. pesan ini diungkapkan melalui penampilan tubuh, pakaian dan kosmetik. klasifikasi ke enam adalah pesan proksemik, yaitu pesan yang disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang. umumnya dengan mengatur jarak orang mengungkapkan keakrabannya dengan orang lain. jarak disini berkaitan dengan kebudayaan dan norma-norma sosial yang berlaku.

Sementara itu Arthur A. Winters dan Shirley F. Milton mengemukakan bahwa penyampaian pesan nonverbal dapat dilakukan dengan visualisasi dari ide-ide yang akan disampaikan. Berikut ini apa yang disampaikan oleh kedua ahli tersebut dengan menggunakan contoh kasus tentang keluarga berencana:

1. Ide atau gagasan disampaikan dalam bentuk gambar atau foto. di sini ide digambarkan bersama dengan kelengkapannya. Contoh: untuk menggambarkan gagasan tentang keluarga sejahtera digambarkan dalam bentuk dua orang anak dengan kedua orang tuanya yang tampak bahagia.
2. Penggambaran ide atau gagasan merupakan bagian dari keseluruhan gagasan besar. di sini penyampai pesan meyakinkan khalayak bahwa idenya merupakan suatu bagian penting dari seluruh bagian. contoh: gambar keluarga bahagia yang terdiri dari dua orang anak beserta kedua orang tuanya diharapkan mewakili penggambaran kesejahteraan secara menyeluruh, yaitu menggambarkan tentang tingkat ekonomi, kesehatan dan sebagainya.
3. Menekankan pada manfaat langsung dari gagasan tersebut pada khalayak sasaran. Contoh: agar orang-orang yang mengikuti program keluarga berencana tersebut tampak hidupnya bahagia, maka diberi gambar dua anak duduk di teras, di sebuah rumah yang asri, sehat, serasi, bersama orang tuanya.
4. Gambaran keuntungan dengan melaksanakan ide atau gagasan yang disampaikan. contoh: dengan gambar yang menunjukkan dua anak yang jarak umurnya antara tiga sampai dengan lima tahun, disisinya tampak ibunya yang masih kelihatan muda dan sehat.
5. kerugian bila tidak menjalankan ide atau gagasan yang disampaikan pada mereka. contoh: gambar keluarga dengan jumlah anak banyak, tampak wajah mereka kusut, rumah berantakan, dan lingkungan yang kurang suhat.
6. Gagasan ditulis dengan bahas yang dibuat sedemikian dramatis, sehingga memberikan sentuhan yang kuat dalam memperhatikan ide kita. contoh: tulisan yang menjelaskan manfaat ikut KB dengan kalimat sebagai berikut: "APABILA ANDA MENGIKUTI KB MAKA MASA DEPAN ANAK ANDA AKAN SUKSES".
7. Menunjukkan keefektifan dari ide atau gagasan yang disampaikan. contoh: gambar pemakaian spiral membuat ibu tidak hamil.

8. Pengemasan suatu gagasan dengan bahasa yang terinci akan dapat ditonjolkan keunggulan-keunggulan dari ide atau gagasan tersebut. contoh: pada suatu gambar alat kontrasepsi, disitu dijelaskan secara rinci sehingga dapat ditonjolkan keunggulan-keunggulannya seperti misalnya tidak mengganggu kesehatan, efektif mencegah kehamilan dan sebagainya.
9. ide atau gagasan dibandingkan atau digambarkan dengan lambang-lambang binatang yang mempunyai sifat ideal. contoh: kemasan alat kontrasepsi diberi gambar dua ekor burung merpati sebagai lambang kebahagiaan.
10. penggambaran perbedaan dari penggunaan ide secara berlawanan. contoh: digambarkan dua keluarga yang berbeda, pengikut program KB tampak berbahagia, sedang yang tidak mengikuti program KB terlihat kurang bahagia.
11. Gagasan atau ide disampaikan dalam bentuk kartun. contoh gambar-gambar kartun yang menunjukkan peserta KB
12. Ide atau gagasan dapat disampaikan dengan memanfaatkan tokoh terkenal. contoh: tampak pada sebuah gambar seorang tokoh terkenal ikut program KB
13. Ide atau gagasan diperlihatkan dalam bentuk diagram. contoh, ditunjukkan banyaknya pengikut KB dalam suatu periode pada sebuah diagram.
14. Penggambaran ide atau gagasan melalui gambar yang terperinci dalam fungsi-fungsinya. contoh: gambar alat KB spiral dengan berbagai bentuk dan dirinci menurut fungsi dari masing-masing bagian.
15. Pesan dapat disampaikan dengan melalui sebuah simbol. contoh; pelayanan KB disimbolkan dengan gambar lingkaran biru.
16. Ide atau gagasan disampaikan dengan menggunakan simbol-simbol abstrak. contoh : logo KB digambarkan dalam bentuk lingkaran biru dengan garis-garis ditengahnya.
17. Ide atau gagasan disampaikan secara beruntun dalam bentuk alur cerita. contoh; sandiwara KB di televisi.
18. Ide atau gagasan disampaikan dengan melihat suasana hati. contoh: pada kemasan alat kontrasepsi diperlihatkan gambar sepasang suami istri yang mesra.
19. Gagasan atau ide disampaikan dengan gambar atau tulisan yang menerangkan segala sesuatu tentang ide atau gagasan tersebut. gambar dan tulisan tersebut harus dapat menerangkan bahwa ide tersebut memang lain dari ide lainnya. contoh: ide tentang pengendalian penduduk dengan program KB lebih realistis dari pada peningkatan produksi pangan.
20. Ide atau gagasan ditampilkan dalam bentuk gambar yang menunjukkan bahwa ide atau gagasan itu mempunyai kualitas tinggi.

Seperti tersebut di atas adalah merupakan gambaran tentang pesan dan upaya pelaksanaannya, dimana setiap komunikator yang akan menyampaikan pesan kepada komunikan, pelaksanaannya dapat memakai pesan secara verbal maupun non verbal

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR PUSTAKA

1. Rakhmat, Jalaluddin, Psikologi Komunikasi, Bandung, CV Remadja Karja, 1985.
2. Lilineeri, Alo, Dasar-dasar Komunikasi Periklanan, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 1992
3. Kotler, Philip, eduardo L. Roberto, Social Marketing, Strategies for Changing Public Behavior, New York, The Free, A. Division of Mac Millan Co. Inc., 1990
4. Belch, George E, Michael A. Belch, Introduction to Advertising and Promotion Management, Boston, richard D. Irwin Inc, 1990
5. Sunarto Prayitno, Drs., dkk., Perencanaan Program Penyuluhan, Universitas Terbuka, 1995

UNIVERSITAS TERBUKA