

Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, M.A.

ILMU KOMUNIKASI

Teori

DAN

Praktek

*P*entingnya komunikasi dalam kehidupan sosial telah menjadi perhatian para cendekiawan sejak zaman Aristoteles walaupun hanya berkisar pada retorika dalam lingkungan kecil. Baru pada pertengahan abad ke-20, ketika dunia dirasakan semakin kecil akibat revolusi industri dan revolusi teknologi Elektronik, para cendekiawan menyadari pentingnya meningkatkan komunikasi dari pengetahuan menjadi ilmu. Kini ilmu komunikasi semakin mendapat perhatian dari masyarakat karena relevansinya dalam berbagai bidang kehidupan semakin jelas.

Buku *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* ini tidak hanya membahas komunikasi secara teoretis, tetapi juga menyertakan cara-cara menerapkannya dalam retorika, kepemimpinan, pembangunan, organisasi, pendidikan, hubungan masyarakat, jurnalistik, dan perang urat saraf. Karenanya buku ini tidak hanya berguna bagi para mahasiswa fakultas ilmu komunikasi, tetapi juga berguna bagi para politikus, pemimpin, pengusaha, pendidik, kepala humas, wartawan, perwira, dan Anda, para komunikator yang senantiasa berupaya untuk meningkatkan keterampilan berkomunikasi.

Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, M.A., yang dilahirkan pada tanggal 1 September 1925, adalah salah seorang penulis yang produktif dalam bidang komunikasi. Gelar kesarjanaannya diraih pada Fakultas Publistik Universitas Padjadjaran (1966). Pada tahun yang sama ia mengikuti Training for Radio and Television Broadcast pada ABC di Sydney, Australia. Gelar M.A. dalam bidang Mass Communication diraih pada Bowling Green State University, Ohio, AS berkat beasiswa yang diberikan kepadanya oleh pemerintah Amerika Serikat (1973-1974).

Ia pernah menjadi Dekan Fakultas Publistik Universitas Padjadjaran selama tiga periode berlurut-lurut antara 1975 dan 1982. Sejak bulan Oktober 1989 ia ditelepon sebagai Guru Besar Madya dalam Ilmu Komunikasi.

Selain mengajar di fakultasnya sendiri, yakni Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, juga di Fakultas Pasca-Sarjana universitas yang sama, di Uninus, Unisba, Unpar, Ikonin, STIA LAN, dan STIA Angkasa. Ia juga pernah diangkat sebagai penggi tamu (external examiner) pada Jabatan Pengajian Melayu, Universiti Malaya, Malaysia dan dosen pada Akabri Bagian Kepolisian; kepadanya oleh Menhankam dianugerahkan Satya Lencana Dwija Sishta.

Pengalamannya dalam bidang media massa ialah sebagai operator, wartawan radio, kepala redaksi RRI (1946-1970), dan redaktur malam pada beberapa surat kabar (1960-1970).

Dalam organisasi profesi ia pernah menjadi Ketua Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) Cabang Bandung, Sekretaris Daerah Majelis Musyawarah Perfilman Indonesia (MMPI) Jawa Barat, anggota Dewan Pers selaku wakil Masyarakat unsur ahli, anggota Asian Mass Communication Research and Information Centre (Amic), anggota International Association of East-West Center Alumni (IAEWCA), anggota Himpunan Indonesia untuk Pengembangan Ilmu-ilmu Sosial (HIPIS), dan anggota Badan Pembinaan Perfilman Daerah (BAPFIDA) Jawa Barat.

Aktif sebagai penceramah dan pemrasaran dalam berbagai forum dan seminar. Kini pengetahuan dan pengalamannya itu disumbangkannya pula kepada Anda dalam bentuk buku yang berada di tangan Anda.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	v
BAB I KOMUNIKASI SEBAGAI ILMU	1
A. PENGELOMPOKAN ILMU DAN PERKEMBANGAN ILMU KOMUNIKASI	1
1. Pengelompokan Ilmu	1
2. Perkembangan Ilmu Komunikasi	3
B. PENGERTIAN DAN PROSES KOMUNIKASI	9
1. Pengertian Komunikasi	9
2. Proses Komunikasi	11
3. Komunikasi Massa	20
BAB II STRATEGI KOMUNIKASI	32
A. FUNGSI STRATEGI KOMUNIKASI	32
1. Tujuan Sentral dalam Strategi Komunikasi	32
2. Korelasi Antarkomponen dalam Strategi Komunikasi	35
B. KAITAN STRATEGI KOMUNIKASI DENGAN SISTEM KOMUNIKASI	39
1. Sistem Komunikasi secara Makro Vertikal	39
2. Sistem Komunikasi secara Mikro Horizontal	48
BAB III KOMUNIKASI DAN RETORIKA	53
A. RETORIKA SEBAGAI CIKAL BAKAL ILMU KOMUNIKASI	53
1. Retorika dari Masa ke Masa	53
2. Retorika Zaman Modern	57
3. Retorika Ilmiah	58
B. RETORIKA DALAM KEPEMIMPINAN	59
1. Faktor-faktor Ethos, Pathos, dan Logos	59
2. Retorika dan Kepemimpinan Orde Baru	62
C. PIDATO DALAM PRAKTEK	64
1. Persiapan Pidato	64
2. Sikap Sebelum, Sedang, dan Sesudah Pidato	68
BAB IV KOMUNIKASI DAN PUBLISISTIK	72
A. PUBLISISTIK DARI MASA KE MASA	72
1. Pengertian Publisistik	72
2. Definisi Publisistik	75
B. APAKAH PUBLISISTIK DAPAT DIPERTANGGUNGJAWABKAN SEBAGAI ILMU?	76

1. Persyaratan Ilmu	76	C. HUBUNGAN MASYARAKAT DAN HUBUNGAN MASYARAKAT DAN HUBUNGAN MASYARAKAT	138
2. Manusia dalam Masyarakat sebagai Obyek Ilmu Publisistik	79	1. Pengertian Hubungan Masyarakat	138
BAB V KOMUNIKASI DAN PEMBANGUNAN	83	2. Teknik Hubungan Masyarakat	141
A. KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DI DUNIA KETIGA	83	BAB IX KOMUNIKASI DAN JURNALISTIK	145
1. Komunikasi Pembangunan dan Komunikasi Penunjang Pembangunan	83	A. PERS SEBAGAI SARANA KEGIATAN JURNALISTIK	145
2. Komunikasi Pembangunan di Indonesia	88	1. Pengertian dan Ciri-ciri Pers	145
3. Pengaruh Teknologi Elektronik terhadap Komunikasi Pembangunan	92	2. Fungsi Pers	149
B. KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DAN MODERNISASI	96	B. JURNALISTIK SEBAGAI OBYEK STUDI ILMU KOMUNIKASI	151
1. Konsep Modernisasi	96	1. Pengertian Jurnalistik	151
2. Modernisasi dan Kelestarian Bangsa	98	2. Proses Jurnalistik sebagai Proses komunikasi	153
BAB VI KOMUNIKASI DAN PENDIDIKAN	101	BAB X KOMUNIKASI DAN PERANG URAT SARAF	160
A. PENDIDIKAN SEBAGAI PROSES KOMUNIKASI	101	A. PERANG URAT SARAF SEBAGAI METODE KOMUNIKASI	160
1. Proses Belajar dan Mengajar	101	1. Pengertian Perang Urat Saraf	160
2. Apakah Penalaran Itu?	104	2. Propaganda sebagai Unsur Kegiatan Perang Urat Saraf	163
B. PERANAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI DALAM PENDIDIKAN	107	B. STRATEGI DAN OPERASI PERANG URAT SARAF	167
1. Upaya Menjembatani Kesenjangan	107	1. Strategi Perang Urat Saraf	167
2. Teknologi Komunikasi dan Pendidikan Pascaliterer	110	2. Operasi Perang Urat Saraf	170
BAB VII KOMUNIKASI DAN ORGANISASI	114	DAFTAR PUSTAKA	178
A. HUBUNGAN KOMUNIKASI DENGAN PERILAKU ORGANISASIONAL	114		
1. Ihwal Organisasi	114	* * * *	
2. Pengaruh Komunikasi terhadap Perilaku Organisational	116		
B. DIMENSI-DIMENSI KOMUNIKASI DALAM KEHIDUPAN ORGANISASI	122		
1. Komunikasi Internal	122		
2. Komunikasi Eksternal	128		
BAB VIII KOMUNIKASI DAN HUBUNGAN MASYARAKAT	131		
A. HUBUNGAN MASYARAKAT SEBAGAI OBYEK STUDI ILMU KOMUNIKASI	131		
1. Pengertian Hubungan Masyarakat	131		
2. Definisi Hubungan Masyarakat	134		
B. HUBUNGAN MASYARAKAT SEBAGAI FUNGSI MANAJEMEN	135		
1. Komunikasi ke Dalam	135		
2. Komunikasi ke Luar	136		