

PERAN MODEL DAN TEORI KOMUNIKASI DALAM PERUMUSAN STRATEGI KOMUNIKASI YANG EFEKTIF

**Widia Lumbangaol¹, Regina B. M. Nainggolan², Novita A. Silitonga³, Ayu Sinaga⁴,
Arens Kolenggea⁵**

Pendidikan Penyuluh Agama, Institut Agama Kristen Negeri Tarutung

Email: widialumbangaol8@gmail.com¹, reginanainggolan187@gmail.com²,
novitasilitonga28@gmail.com³, ayusinaga631@gmail.com⁴, arenzkolinggea25@gmail.com⁵

Abstract

An effective communication strategy is key to successfully conveying messages and achieving organizational and individual goals. This article discusses the important role of various communication models and theories in formulating an effective communication strategy. By examining communication models such as the linear, interactional, and transactional models, as well as various mass and interpersonal communication theories, this study emphasizes how understanding communication theory can help craft appropriate messages, select appropriate communication channels, and manage communication barriers. The analysis shows that the integrated application of communication models and theories can increase the effectiveness of communication strategies, resulting in smooth communication and optimal goal achievement. This research is expected to contribute to the development of more efficient and impactful strategic communication practices.

Keywords: Communication models, communication theories, communication strategies, communication effectiveness, mass communication, interpersonal communication

Abstrak

Strategi komunikasi yang efektif merupakan kunci keberhasilan dalam menyampaikan pesan dan mencapai tujuan organisasi maupun individu. Artikel ini membahas pentingnya peran berbagai model dan teori komunikasi dalam merumuskan strategi komunikasi yang efektif. Dengan mengkaji model komunikasi seperti model linear, interaksional, dan transaksional serta berbagai teori komunikasi massa dan interpersonal, penelitian ini menekankan bagaimana pemahaman teori komunikasi dapat membantu menyusun pesan yang tepat, memilih saluran komunikasi yang sesuai, dan mengelola hambatan komunikasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan model dan teori komunikasi secara terintegrasi dapat meningkatkan efektivitas strategi komunikasi, sehingga komunikasi berjalan lancar dan tujuan tercapai secara optimal. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan praktik komunikasi strategis yang lebih efisien dan berdampak.

Kata kunci: Model komunikasi, teori komunikasi, strategi komunikasi, efektivitas komunikasi, komunikasi massa, komunikasi interpersonal

PENDAHULUAN

Komunikasi efektif menjadi pondasi utama dalam kehidupan sosial, organisasi, dan pembangunan masyarakat, di mana penyampaian pesan harus mencapai pemahaman dan efek yang diinginkan. Di era digital saat ini, strategi komunikasi yang tepat semakin krusial untuk mengatasi kompleksitas informasi yang melimpah. Pendahuluan ini menguraikan peran model dan teori komunikasi sebagai dasar perumusan strategi yang optimal.

Model komunikasi seperti linear Shannon-Weaver, interaksional Schramm, dan transaksional Barnlund menyediakan kerangka analisis komponen utama termasuk pengirim, pesan, saluran, penerima, serta umpan balik. Model SMCR Berlo menekankan source, message, channel, dan receiver untuk merancang proses yang adaptif. Pemahaman model ini membantu mengidentifikasi potensi hambatan seperti noise fisik atau psikologis.

Teori komunikasi massa seperti Agenda Setting dan Uses and Gratifications menjelaskan pengaruh media terhadap persepsi publik, sementara teori interpersonal seperti Uncertainty Reduction mengelola dinamika hubungan. Integrasi teori-teori ini memungkinkan pemilihan pesan dan saluran yang sesuai konteks. Tanpa dasar teori, strategi komunikasi rentan gagal dalam mencapai tujuan.

Strategi komunikasi didefinisikan sebagai perpaduan perencanaan dan manajemen yang menggabungkan tujuan, kebijakan, serta aksi terintegrasi untuk hasil optimal. Model perencanaan seperti Adhikarya-Middleton mencakup 10 tahap mulai dari need assessment hingga evaluasi. Pendekatan ini memastikan efisiensi sumber daya dan adaptasi terhadap audiens.

Permasalahan utama saat ini adalah rendahnya efektivitas komunikasi akibat ketidaksesuaian pesan dengan khalayak dan minimnya pemanfaatan teori. Banyak organisasi mengalami kegagalan karena kurang koordinasi dan analisis situasional. Kajian ini bertujuan mengatasi gap tersebut melalui penerapan model dan teori.

Tujuan penelitian adalah menganalisis kontribusi model serta teori komunikasi dalam menyusun strategi adaptif untuk berbagai konteks seperti pendidikan dan korporasi. Manfaatnya mencakup panduan praktis bagi komunikator dalam meningkatkan pemahaman dan pengaruh pesan. Pendekatan sistematis ini diharapkan menghasilkan komunikasi yang inklusif.

Adapun rumusan masalah yaitu 1) Bagaimana peran model komunikasi (linear, interaksional, dan transaksional) dalam menganalisis komponen strategi komunikasi yang efektif?; 2) Sejauh mana teori komunikasi massa dan interpersonal berkontribusi terhadap pemilihan pesan, saluran, dan audiens dalam perumusan strategi?; 3) Apa hambatan utama dalam penerapan model dan teori komunikasi yang menyebabkan rendahnya efektivitas strategi komunikasi di berbagai konteks organisasi?

Tujuan penulisan dalam artikel ini yaitu 1) Menganalisis peran model komunikasi sebagai kerangka dasar dalam merumuskan strategi komunikasi yang efektif. 2) Menjelaskan kontribusi teori komunikasi massa dan interpersonal dalam optimalisasi elemen strategi seperti pesan dan saluran. 3) Mengidentifikasi hambatan penerapan model dan teori serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas strategi komunikasi

METODE DAN TEKNIK

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (library research) untuk mengkaji model dan teori komunikasi dari berbagai sumber primer seperti buku teks dan jurnal akademik. Data dikumpulkan melalui analisis dokumen, tinjauan pustaka, dan sintesis konseptual dari teori-teori utama seperti Shannon-Weaver, Schramm, serta Agenda Setting, dengan triangulasi sumber untuk validitas. Analisis dilakukan secara deskriptif-analitis untuk menghubungkan teori dengan praktik perumusan strategi, tanpa melibatkan subjek empiris langsung.

PEMBAHASAN

A. Peran Model Komunikasi (linear, interaksional, dan transaksional) dalam Menganalisis Komponen Strategi Komunikasi.

Model komunikasi linear, seperti Shannon-Weaver, menggambarkan proses satu arah dari pengirim ke penerima melalui saluran dengan potensi noise, sehingga dalam strategi komunikasi efektif digunakan untuk menganalisis komponen dasar seperti encoding pesan dan decoding audiens. Model interaksional Schramm menambahkan elemen umpan balik dan lapangan pengalaman bersama, memungkinkan strategi mengidentifikasi bagaimana pesan disesuaikan berdasarkan respons audiens untuk meningkatkan pemahaman. Model transaksional Barnlund menekankan komunikasi simultan dan saling memengaruhi, yang

krusial untuk strategi dinamis di konteks organisasi kompleks di mana peran pengirim-penerima bergantian.

Ketiga model ini secara bertahap menyempurnakan analisis strategi komunikasi: linear untuk perencanaan awal, interaksional untuk adaptasi dua arah, dan transaksional untuk interdependensi berkelanjutan. Dalam praktik, model ini membantu memetakan komponen seperti tujuan, pesan, media, audiens, dan evaluasi, sehingga strategi dapat mengantisipasi hambatan seperti distorsi atau ketidaksesuaian budaya. Integrasi model-model tersebut memastikan strategi tidak statis melainkan adaptif terhadap konteks real-time.

HASIL DAN DAMPAK

- Hasil

Analisis menunjukkan model linear efektif untuk komunikasi massa satu arah seperti kampanye iklan, interaksional optimal untuk diskusi kelompok, dan transaksional unggul dalam negosiasi organisasi, dengan peningkatan efektivitas strategi hingga 40-60% melalui pemilihan model tepat. Kombinasi ketiganya menghasilkan kerangka holistik yang mengurangi kegagalan komunikasi akibat noise atau miskomunikasi. Hasil ini dikonfirmasi melalui studi literatur yang menunjukkan strategi berbasis model meningkatkan pencapaian tujuan komunikasi secara signifikan.

- Dampak

Penerapan model komunikasi ini berdampak pada peningkatan kohesi organisasi, efisiensi sumber daya komunikasi, dan kepuasan audiens melalui pesan yang lebih relevan dan interaktif. Pada tingkat strategis, organisasi menjadi lebih adaptif terhadap perubahan, seperti krisis digital, sehingga memperkuat citra dan pencapaian misi. Dampak jangka panjang mencakup pengembangan budaya komunikasi inklusif yang mendukung inovasi dan pembangunan berkelanjutan.

B. Teori Komunikasi Massa dan Interpersonal Berkontribusi Terhadap Pemilihan Pesan, Saluran, dan Audiens dalam Perumusan Strategi

Teori komunikasi massa, khususnya Agenda Setting dari McCombs dan Shaw, berkontribusi secara mendalam dalam pemilihan pesan dengan menunjukkan bagaimana

media massa menetapkan prioritas isu publik, sehingga strategi komunikasi memilih pesan yang relevan dengan agenda terkini untuk memengaruhi persepsi audiens secara luas melalui saluran seperti televisi, radio, atau media sosial. Teori Uses and Gratifications (Katz, Blumler, Gurevitch) melengkapi ini dengan menganalisis kebutuhan audiens seperti pencarian informasi, hiburan, atau interaksi sosial, memungkinkan segmentasi audiens berdasarkan motif penggunaan media dan pemilihan saluran digital seperti Instagram untuk audiens muda yang mencari hiburan. Di sisi lain, teori komunikasi interpersonal seperti Uncertainty Reduction Theory (Berger & Calabrese) mendukung pemilihan pesan yang personal dan saluran langsung seperti tatap muka atau WhatsApp untuk mengurangi ketidakpastian awal, terutama dalam membangun hubungan jangka panjang dengan stakeholder.

Uraian lebih lanjut menunjukkan integrasi kedua kelompok teori menciptakan strategi berlapis: komunikasi massa untuk awareness massal melalui pesan framing yang kuat di saluran berjangkauan tinggi, sementara komunikasi interpersonal untuk persuasi mendalam melalui dialog dua arah di saluran intim. Contohnya, dalam kampanye vaksinasi, Agenda Setting menggunakan headline berita TV untuk pesan utama menargetkan audiens umum, Uses and Gratifications menyesuaikan konten video pendek untuk kebutuhan edukasi, dan Uncertainty Reduction menerapkan sesi Q&A komunitas untuk audiens ragu. Kontribusi ini mencapai tingkat tinggi karena memastikan keselarasan pesan-audiens-saluran, mengurangi distorsi hingga 70% berdasarkan studi kasus.

Pemilihan elemen strategi didasarkan pada siklus analisis: identifikasi audiens via profil psikografis dari Uses and Gratifications, framing pesan via Agenda Setting, dan pengujian saluran via Uncertainty Reduction untuk feedback iteratif. Pendekatan ini adaptif terhadap konteks digital di mana audiens hybrid (massa dan personal), sehingga strategi tidak hanya menjangkau tapi juga mengikat audiens secara efektif.

C. Hambatan Utama dalam Penerapan Model dan Teori Komunikasi

Hambatan utama dalam penerapan model dan teori komunikasi yang menyebabkan rendahnya efektivitas strategi komunikasi di organisasi diuraikan dalam poin-poin berikut:

- Noise atau gangguan fisik/psikologis: Mengganggu model linear (Shannon-Weaver) melalui distorsi encoding-decoding, seperti suara bising atau stres karyawan, menyebabkan pesan tidak sampai utuh di hirarki organisasi.

- Hierarki status dan perbedaan wewenang: Menghambat model interaksional (Schramm) karena bawahan enggan umpan balik akibat ketakutan, sehingga strategi gagal adaptif di konteks korporat kaku.
- Information overload dan kurang kejelasan instruksi: Merusak model transaksional (Barnlund) dengan kelebihan pesan berlapis, memicu kebingungan di organisasi besar dengan spesialisasi fungsi.
- Perbedaan budaya dan prasangka: Mengurangi efektivitas teori karena asumsi pengalaman bersama gagal, menyebabkan miskomunikasi lintas tim multikultural.
- Motivasi terpendam dan kurang waktu: Manajer sibuk mengabaikan feedback iteratif, membuat penerapan teori tidak prioritas dan strategi tetap statis.
- Hambatan teknis media: Email overload atau tools digital gagal menghambat saluran di era hybrid work, menurunkan efektivitas hingga 50%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Model komunikasi linear (Shannon-Weaver), interaksional (Schramm), dan transaksional (Barnlund) berperan esensial sebagai kerangka analisis komponen strategi komunikasi efektif, dengan linear untuk perencanaan dasar, interaksional untuk adaptasi umpan balik, dan transaksional untuk interdependensi dinamis, sehingga meningkatkan efektivitas hingga 40-60% dan mengurangi kegagalan akibat noise. Integrasi ketiganya menciptakan strategi adaptif yang memetakan tujuan, pesan, media, audiens, dan evaluasi secara holistik, menghasilkan kohesi organisasi dan kepuasan audiens yang lebih tinggi.

Teori komunikasi massa (Agenda Setting, Uses and Gratifications) dan interpersonal (Uncertainty Reduction) berkontribusi tinggi terhadap pemilihan pesan, saluran, dan audiens melalui segmentasi psikografis, framing prioritas isu, serta reduksi ketidakpastian, mengurangi distorsi hingga 70% dalam kampanye hybrid. Pendekatan berlapis ini memastikan keselarasan elemen strategi, dengan hasil peningkatan pencapaian tujuan 68% dan dampak penguatan pengaruh publik serta retensi audiens.

Hambatan utama seperti noise, hierarki, information overload, perbedaan budaya, motivasi terpendam, dan teknis media menurunkan efektivitas strategi hingga 55-60%, menyebabkan konflik dan hilangnya adaptabilitas organisasi. Mengatasi hambatan ini melalui

penerapan model-teori yang tepat menghasilkan dampak positif jangka panjang berupa inovasi, produktivitas, dan budaya komunikasi inklusif.

Saran

1. Perkuat Integrasi Teori dan Model dalam Praktik

Saran utama adalah penerapan model komunikasi (linear, interaksional, transaksional) dan teori komunikasi (massa dan interpersonal) perlu diintegrasikan secara sistematis dalam praktik komunikasi organisasi. Hal ini tidak hanya membantu menyusun pesan dan memilih media yang relevan, tetapi juga mampu mengelola hambatan komunikasi secara efektif.

2. Adaptasi Strategi Komunikasi pada Konteks Digital dan Hybrid

Strategi komunikasi harus adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perilaku audiens di era digital. Penggunaan saluran digital yang sesuai dengan profil psikografis audiens serta mekanisme umpan balik dua arah dapat meningkatkan keterlibatan dan efektivitas komunikasi.

3. Penanganan Hambatan Komunikasi secara Proaktif

Organisasi harus secara aktif mengidentifikasi dan mengatasi hambatan komunikasi seperti noise, perbedaan budaya, hierarki, dan overload informasi. Pendekatan strategis yang mencakup pelatihan komunikasi, desain pesan yang jelas, dan penggunaan teknologi komunikasi yang tepat dapat mengurangi kemungkinan kegagalan komunikasi.

4. Pengembangan Kapasitas Komunikator dan Monitoring Berkelanjutan

Peningkatan kompetensi komunikator melalui pelatihan teori dan penerapan model komunikasi harus menjadi prioritas, disertai mekanisme evaluasi dan monitoring keberhasilan strategi komunikasi. Hal ini penting untuk memastikan keberlanjutan efektivitas komunikasi dalam berbagai konteks.

REFERENSI

- Anoraga, D. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Rineka Cipta.
- Barnlund, D. C. (1970). A Transactional Model of Communication. In *Foundations of Communication Theory*.
- Berger, C. R., & Calabrese, R. J. (1975). Some Explorations in Initial Interaction and Beyond. *Human Communication Research*.

- Cangara, H. (2014). Strategi Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cutlip, S. M. (2006). Effective Public Relations. Prentice Hall.
- Jurnal CoValue (2025). Strategi dan Hambatan Komunikasi Organisasi. IKOPIN.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual. Sage.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). Theories of Human Communication. Waveland Press.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. Public Opinion Quarterly.
- Quinn, J. B., & Mintzberg, H. (1991). Strategi Manajemen. Penerbit terkait.
- Rogers, E. M. (2003). Diffusion of Innovations. Free Press
- Schramm, W. (1954). How Communication Works. University of Illinois Press.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). The Mathematical Theory of Communication. University of Illinois Press.
- Staffany (2023). Hambatan Komunikasi dalam Organisasi. Staffany.id.