

KLASIK NAMUN MASIH RELEVAN: *SEQUENTIAL MODEL OF COMMUNICATION PROCESS*

Rangga Saptia Mohamad Permana¹

¹Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia

E-mail: ¹rangga.saptia@unpad.ac.id

ABSTRAK. Model adalah sebuah deskripsi atau gambaran visual yang memperlihatkan hubungan-hubungan antarsistem atau konsep untuk menjelaskan atau mendeskripsikan sebuah fenomena menjadi lebih sederhana. Model-model juga banyak diciptakan dan digunakan dalam ilmu-ilmu sosial, termasuk di dalamnya model-model dalam ilmu komunikasi. Setidaknya, ada enam komponen inti komunikasi yang terdapat dalam sebuah aktivitas komunikasi, yaitu *sender*, *message*, *channel*, *receiver*, *feedback*, dan *effect*. Namun dalam sejarahnya, ada beberapa model yang tidak menyertakan salah satu atau beberapa komponen tersebut, atau bahkan ada model yang memiliki komponen yang lebih banyak dari itu. *Sequential Model of Communication Process* adalah salah satu model komunikasi yang memiliki komponen-komponen inti di dalamnya, yang bisa menggambarkan fenomena terciptanya persepsi baru dari sender berkat ide yang diberikan melalui *feedback* dari *receiver*. Tujuan dari kajian ini adalah untuk menjelaskan dan mengimplementasikan *Sequential Model of Communication Process* pada sebuah contoh fenomena komunikasi. Metode kajian pustaka digunakan dalam artikel ini, di mana tiga buah referensi utama dijadikan landasan teoretis dalam menjelaskan model tersebut. Hasil menunjukkan bahwa *noise* menjadi komponen penting dalam model ini. *Noise* selalu terjadi dalam proses komunikasi dalam tahap apapun; baik itu *noise* secara internal maupun eksternal. Di samping itu, *Sequential Model of Communication Process* ini bisa dikategorikan sebagai salah satu model komunikasi interaksional, karena makna, persepsi, referensi atau pengalaman (baru) bisa terbentuk melalui umpan balik dari *receiver* ke *sender*.

Kata-kata Kunci: Model komunikasi; ilmu komunikasi; komponen-komponen komunikasi; *Sequential Model of Communication Process*

CLASSIC BUT STILL RELEVANT: *SEQUENTIAL MODEL OF COMMUNICATION PROCESS*

ABSTRACT. A model is a description or visual picture that shows the relationships between systems or concepts to explain or describe a phenomenon more straightforwardly. Models are also widely created and used in the social sciences, including models in communication science. At least six core components of communication are contained in a communication activity, namely *sender*, *message*, *channel*, *receiver*, *feedback*, and *effect*. But in history, there have been some models that did not include one or more of these components, or there were even models that had more components than that. The *Sequential Model of Communication Process* is a communication model with core components, which can describe the phenomenon of creating a new perception from the sender thanks to the ideas given through feedback from the receiver. This study aims to explain and implement the *Sequential Model of Communication Process* on an example of a communication phenomenon. The literature review method is used in this article, where three primary references are used as the theoretical basis for explaining the model. The results show that noise is an essential component in this model. Noise always occurs in the communication process, both internal and external noise. In addition, this *Sequential Model of Communication Process* can be categorized as an interactional communication model because the *Sequential Model of Communication Process* can form meaning, perception, reference, or (new) experience through feedback from the receiver to the sender.

Keywords: Communication model; communication science; communication components; *Sequential Model of Communication Process*

PENDAHULUAN

Sebuah model berusaha untuk menunjukkan elemen-elemen utama dari setiap struktur atau proses dan hubungan antara elemen-elemen dalam sebuah fenomena. Deutsch, 1966, dalam McQuail dan Windahl (2013: 2–3) mencatat keunggulan utama model dalam ilmu-ilmu sosial. Pertama, mereka memiliki fungsi pengorganisasian dengan menghubungkan sistem satu sama lain dan

memberikan gambaran keseluruhan yang mungkin tidak diperhitungkan sebelumnya. Sebuah model memberikan gambaran umum dari berbagai keadaan tertentu yang berbeda. Kedua, model membantu dalam menjelaskan dengan memberikan informasi dengan cara yang disederhanakan yang seharusnya menjadi rumit atau ambigu. Hal ini memberikan model fungsi heuristik karena dapat memandu peneliti ke poin-poin kunci dari suatu proses atau sistem dalam penelitian yang akan dia lakukan. Ketiga,

model memungkinkan untuk memprediksi hasil atau jalannya peristiwa; setidaknya dapat menjadi dasar untuk menetapkan probabilitas untuk berbagai hasil alternatif dan merumuskan hipotesis dalam penelitian. Beberapa model mengklaim hanya untuk menggambarkan struktur suatu fenomena.

Model membantu membangun teori dan menyarankan hubungan. Hubungan antara model dan teori begitu dekat sehingga model sering disamakan dengan teori. Memilih elemen tertentu untuk dimasukkan dalam model menyiratkan penilaian relevansi, yang pada gilirannya menyiratkan teori tentang fenomena yang diteorikan. Model berfungsi sebagai dasar untuk teori yang lebih kompleks, alat untuk menjelaskan teori, dan menyediakan masukan-masukan untuk memperbaiki konsep.

Model komunikasi dapat digunakan untuk lebih memahami fenomena komunikasi. Model adalah representasi dari suatu fenomena, baik nyata maupun abstrak, dengan menekankan unsur-unsur terpenting dari fenomena tersebut. Model komunikasi adalah gambaran ideal tentang apa yang diperlukan agar komunikasi terjadi. Model komunikasi mengabstraksikan fungsi-fungsi penting dan menghilangkan detail yang tidak perlu dari komunikasi dunia nyata. Model adalah analogi yang mengekstrak dan memilih bagian-bagian penting, elemen, sifat, atau keseluruhan komponen dari suatu fenomena untuk digunakan sebagai model. Model adalah deskripsi nonformal yang digunakan untuk menjelaskan atau menerapkan teori. Jadi, bisa dibilang, model adalah teori yang disederhanakan.

Gordon Wiseman dan Larry Barker mengusulkan bahwa model komunikasi memiliki tiga fungsi: (1) Menjelaskan proses komunikasi; (2) Menggambarkan hubungan visual; dan (3) Mendukung penemuan dan menghilangkan hambatan komunikasi. Lebih lanjut, Deutsch berargumen bahwa model memiliki empat fitur: (1) Mengelola yang sebelumnya tidak teramati (kesamaan data dan hubungan); (2) Heuristik (menunjukkan fakta dan metode baru yang tidak diketahui); (3) Prediksi (memungkinkan prediksi dari yang tadinya sekadar fenomena dikotomis menjadi peramalan kapan dan seberapa banyak/sering fenomena itu akan terjadi); dan (4) Pengukuran (mengukur fenomena yang telah diprediksi).

Menurut Raymond S. Ross, model memberi kita perspektif yang berbeda dan lebih dekat. Model ini memberikan kerangka acuan,

menyoroti kesenjangan informasi, menyoroti masalah abstraksi, dan mengutip masalah bahasa simbolik ketika peluang muncul untuk menggunakan gambar atau simbol (Mulyana, 2007: 135). Terkait dengan salah satu fungsi model komunikasi menurut Wiseman dan Barker yang dapat menggambarkan hubungan visual dalam proses komunikasi, penulis tertarik untuk menganalisis *Sequential Model of Communication Process*, di mana model tersebut menggambarkan bagaimana proses komunikasi bekerja, disertai dengan komponen komunikasi yang lengkap. Tujuan dari kajian ini adalah untuk menjelaskan dan mengimplementasikan *Sequential Model of Communication Process* pada sebuah contoh fenomena komunikasi.

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode kajian pustaka atau kajian literatur dalam artikel ini. Studi pustaka adalah istilah lain untuk kajian pustaka, kajian teoretis, dan tinjauan teoretis. Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilakukan semata-mata atas dasar penelitian tertulis, termasuk penelitian yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan (Amin, 2012). Penelitian yang melibatkan kajian kepustakaan adalah penelitian yang penyusunannya sama dengan penelitian lain, tetapi sumber dan metode pengumpulan datanya adalah mengumpulkan data dari literatur-literatur yang berhubungan dengan topik bahasan, kemudian data-data tersebut dibaca, dicatat, dan diolah menjadi bahan penelitian yang nantinya akan didiskusikan atau dibahas di bagian analisis.

Kajian pustaka merupakan hasil analisis berbagai informasi konseptual serta data kualitatif dan kuantitatif dari berbagai karya ilmiah yang telah diterbitkan sebelumnya (Christiana, 2021). Penelitian kajian literatur dapat digolongkan menjadi salah satu riset akademis karena mengumpulkan data berdasarkan strategi yang disebut metodologi penelitian. Variabel kajian literatur tidak dibakukan. Data yang diperoleh dianalisis secara rinci oleh penulis. Sumber data untuk penelitian kajian literatur dapat berupa sumber yang resmi atau dapat berupa laporan maupun kesimpulan seminar, catatan atau rekaman diskusi ilmiah, atau tulisan-tulisan resmi terbitan pemerintah dan lembaga-lembaga lain, baik dalam bentuk buku atau manual yang bersifat *hardcopy* maupun digital yang

berbentuk *softcopy* seperti bentuk piringan optik atau data komputer (Melfianora, 2019).

Penulis menggunakan tiga referensi utama dalam artikel ini. Buku yang pertama berjudul *Introducing Communication Theory: Analysis and Application, Sixth Edition* (2018) karangan Richard L. West dan Lynn H. Turner, buku yang kedua berjudul *Handbook of Communication Science* edisi *Theories and Models of Communication* (2013) dengan Paul Copley dan Peter J. Schulz sebagai editornya (buku ini berbentuk *book chapter* dengan banyak penulis di dalamnya), dan buku yang ketiga berjudul *Communication Models for the Study of Mass Communication, Second Edition* yang diterbitkan ulang oleh penerbit Routledge pada tahun 2013 karangan Denis McQuail dan Sven Windahl. Penulis menggunakan ketiga buku ini sebagai landasan utama kajian mengenai model-model dan teori-teori komunikasi secara umum, dan dijadikan sebagai literatur dasar untuk menjelaskan dan mendeskripsikan *Sequential Model of Communication Process* yang menjadi topik pada kajian ini. Selain ketiga buku tersebut, penulis juga menunjang bahan-bahan kajian dengan literatur-literatur lainnya yang berhubungan dengan pembahasan model dan teori komunikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Umum Mengenai Model-model Komunikasi Paling Dasar

Meskipun istilah model dan teori kadang-kadang diperlakukan sebagai setara, penggunaan ini menutupi perbedaan kritis: model mewakili sebuah fenomena, sedangkan sebuah teori empiris-ilmiah menjelaskan suatu fenomena. Sejauh teori harus mewakili fenomena yang menarik dalam beberapa cara, dapat dikatakan bahwa setiap teori mencakup model atau setidaknya memiliki bentuk konseptual yang dapat dimodelkan. Namun, tidak setiap model adalah teori karena tidak setiap model memberikan penjelasan prinsipil untuk struktur atau proses yang diwakili (Craig, 2013: 46–47).

Beberapa jenis model dapat dibedakan. Model fisik yang mereproduksi penampilan fisik atau fungsi sesuatu (seperti model pesawat terbang) jarang digunakan dalam penelitian komunikasi (model jaringan yang sesuai dengan arus pesan aktual mungkin merupakan pengecualian). Model konseptual seperti diagram jalur struktural yang memodelkan

hubungan antara satu set variabel atau diagram proses yang menggambarkan komponen utama dan tahapan proses cenderung menjadi model yang lebih umum dalam ilmu komunikasi. Terdapat juga beberapa model formal yang mensimulasikan proses melalui persamaan matematika atau algoritma komputasi. Model formal cenderung sangat dihargai dalam pendekatan teoretis yang menempatkan nilai lebih pada akurasi prediksi daripada penjelasan realistik (Pavitt, 2010: 38).

Di sisi lain, model konseptual sering dibangun pada fase awal sebuah riset sebagai perangkat heuristik, yakni representasi kasar yang dirancang untuk menyarankan komponen, hubungan, dan proses penting untuk dipelajari. Beberapa model komunikasi heuristik diterbitkan pada 1940-an hingga 1960-an. Komponen komunikasi dalam model verbal klasik diwakili oleh model komunikasi Harold Lasswell (1948; *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*). Model awal dan berpengaruh lainnya adalah model Shannon dan Weaver, Berlo, Gerbner, Westley dan MacLean, dan Dance (McQuail, 2008: 3144–3145).

Model-model komunikasi menyederhanakan proses dengan memvisualisasikan berbagai aspek dalam sebuah peristiwa/aktivitas komunikasi. Beberapa model menjelaskan komunikasi secara lebih rinci daripada yang lain, tetapi bahkan model yang paling kompleks pun kadang kala masih tidak dapat menciptakan kembali apa yang kita alami bahkan dalam sebuah momen peristiwa komunikasi. Model memungkinkan kita untuk melihat konsep dan langkah spesifik dalam proses komunikasi, mendefinisikan komunikasi, dan menerapkan konsep komunikasi. Ketika kita menyadari bagaimana komunikasi berfungsi, kita dapat berpikir lebih hati-hati ketika kita akan dan sedang melakukan aktivitas komunikasi dengan orang lain, yang dapat membantu kita lebih mempersiapkan komunikasi di masa depan dan belajar dari komunikasi yang telah kita lakukan sebelumnya.

Ahli teori komunikasi membuat model atau representasi sederhana dari hubungan timbal balik yang kompleks di antara elemen-elemen dalam proses komunikasi, memungkinkan kita untuk memahami proses yang terkadang rumit secara visual. Model membantu kita menyatukan elemen dasar dari proses komunikasi. Meskipun ada banyak model komunikasi, namun bisa dibilang, hanya ada tiga model komunikasi yang paling dasar,

yaitu: (1) *Communication as Action: The Linear Model*; (2) *Communication as Interaction: The Interactional Model*; dan (3) *Communication as Transaction: The Transactional Model* (West & Turner, 2018: 8–13).

Model yang pertama adalah model komunikasi linier. Pada tahun 1949, Claude Shannon, seorang ilmuwan Bell Laboratories dan profesor di Massachusetts Institute of Technology, dan Warren Weaver, seorang konsultan proyek di Sloan Foundation, menggambarkan komunikasi sebagai proses linier. Mereka prihatin dengan teknologi radio dan telepon dan ingin mengembangkan model untuk menjelaskan bagaimana informasi melewati berbagai saluran. Hasilnya adalah konseptualisasi model komunikasi linier. Pada model komunikasi ini, hanya terdapat empat komponen utama, yakni *sender/source*, *message*, *target/receiver*, dan *noise*. *Noise* dalam model ini terbagi menjadi empat jenis, yakni *semantic noise*, *physical noise*, *psychological noise*, dan *physiological noise*. Dalam model ini, komunikasi hanya berlangsung satu arah, dengan kata lain, model ini tidak membahas mengenai *feedback* dan *effect*.

Meskipun pandangan tentang proses komunikasi linear ini sangat dihormati bertahun-tahun yang lalu, pendekatannya terbatas karena beberapa alasan. Pertama, model ini seakan hanya memperlihatkan satu pesan dalam sebuah proses komunikasi. Namun kita semua dapat menunjukkan beberapa keadaan di mana kita mengirim beberapa pesan secara bersamaan. Kedua, komunikasi pada dasarnya tidak memiliki awal dan akhir yang pasti. Lebih jauh, untuk menyatakan bahwa komunikasi hanyalah satu orang yang berbicara kepada orang lain terlalu menyederhanakan proses komunikasi yang kompleks. Pendengar tidak begitu pasif, seperti yang kita semua dapat konfirmasi ketika kita berada dalam perdebatan sengit dengan orang lain.

Model komunikasi yang kedua adalah model komunikasi interaksional. Wilbur Schramm (1954) mengusulkan agar para ilmuwan juga mengamati dan memberikan perhatian pada hubungan antara pengirim dan penerima. Ia mengkonseptualisasikan model komunikasi interaksional, yang menekankan pada proses komunikasi dua arah antara komunikator. Dengan kata lain, komunikasi berjalan dalam dua arah: dari pengirim ke penerima dan dari penerima ke pengirim. Proses melingkar ini menunjukkan bahwa komunikasi sedang berlangsung. Pandangan interaksional

menggambarkan bahwa seseorang dapat melakukan peran pengirim atau penerima selama interaksi, tetapi tidak keduanya secara bersamaan.

Salah satu elemen penting untuk model komunikasi interaksional adalah *feedback*, alias umpan balik atau respon terhadap pesan. Umpan balik mungkin verbal atau nonverbal, disengaja atau tidak disengaja. Umpan balik membantu komunikator untuk mengetahui apakah pesan mereka diterima atau tidak dan sejauh mana makna tercapai. Dalam model interaksional, umpan balik terjadi setelah pesan diterima, bukan selama pesan itu sendiri. Selain *feedback*, dalam model ini juga terdapat *channel* atau saluran komunikasi, yang tidak terdapat dalam model komunikasi linear. Fitur terakhir dari model komunikasi interaksional adalah *field of experience* atau bidang pengalaman seseorang, atau bagaimana budaya dan pengalaman seseorang memengaruhi kemampuannya untuk berkomunikasi dengan orang lain. Setiap orang membawa bidang pengalaman yang unik untuk setiap episode komunikasi, dan pengalaman ini seringkali memengaruhi komunikasi antara orang-orang.

Seperti pada model komunikasi linier, model komunikasi interaksional juga tidak lepas dari kritik. Model komunikasi interaksional menunjukkan bahwa satu orang bertindak sebagai pengirim sementara yang lain bertindak sebagai penerima dalam pertemuan komunikasi. Namun, seperti yang mungkin kita semua alami, orang berkomunikasi sebagai pengirim dan penerima dalam satu pertemuan. Tapi kritik yang berlaku dari model komunikasi interaksional berkaitan dengan masalah *feedback*. Pandangan interaksional mengasumsikan dua orang berbicara dan mendengarkan, tetapi tidak secara bersamaan. Tapi apa yang terjadi ketika seseorang mengirim pesan nonverbal selama interaksi? Tersenyum, cemberut, atau sekadar menjauh dari percakapan selama interaksi antara dua orang mungkin saja terjadi sepanjang waktu.

Model yang terakhir adalah model komunikasi transaksional. Model ini menggarisbawahi pengiriman dan penerimaan pesan secara simultan dalam sebuah fenomena atau aktivitas komunikasi. Sebuah peristiwa komunikasi bisa dikatakan “transaksional” jika prosesnya kooperatif, di mana pengirim dan penerima saling bertanggung jawab atas efek dan efektivitas komunikasi. Jika dalam model komunikasi linier disebutkan bahwa makna langsung dikirimkan dari pengirim kepada penerima dan dalam model komunikasi

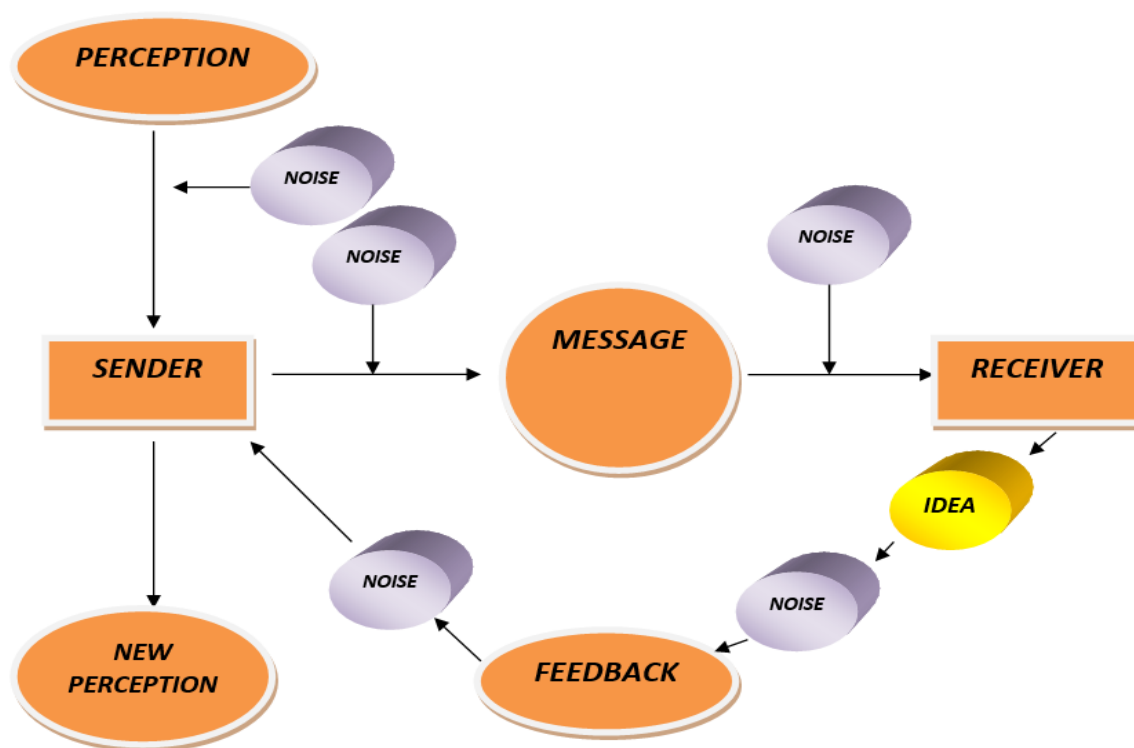
interaksional makna dicapai melalui umpan balik dari pengirim dan penerima, dalam model komunikasi transaksional, orang membangun makna bersama-sama dalam sebuah aktivitas komunikasi dua arah. Selanjutnya, apa yang dikatakan orang selama transaksi sangat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu mereka.

Komunikasi transaksional mengharuskan kita untuk mengenali pengaruh satu pesan terhadap pesan lainnya. Satu pesan dibangun di atas pesan sebelumnya; oleh karena itu, ada saling ketergantungan di antara komponen komunikasi. Perubahan dalam satu hal menyebabkan perubahan pada yang lain. Lebih jauh lagi, model komunikasi transaksional mengandaikan bahwa saat kita mengirim dan menerima pesan secara bersamaan, kita memperhatikan elemen pesan, baik itu pesan verbal maupun nonverbal. Dengan kata lain, kedua peserta komunikasi dipandang sebagai komunikator yang saling menegosiasikan makna. Dalam komunikasi transaksional,

pesan-pesan nonverbal sama pentingnya dengan pesan-pesan verbal dalam mencapai makna bersama akan suatu hal yang sedang diperbincangkan.

Sebelumnya, penulis berpendapat bahwa bidang pengalaman (*field of experience*) amat penting dalam model komunikasi interaksional. Dalam model komunikasi transaksional juga terdapat bidang pengalaman, namun hal tersebut tumpang tindih. Artinya, alih-alih bidang pengalaman orang A dan orang B terpisah, kedua bidang pengalaman tersebut bergabung dalam model ini. Hal ini merupakan tambahan penting untuk memahami proses komunikasi karena menunjukkan proses pemahaman yang aktif. Agar komunikasi berlangsung secara efektif, individu harus membangun makna bersama. Bagaimanapun, model komunikasi transaksional mengharuskan masing-masing peserta komunikasi untuk memahami dan menggabungkan bidang pengalaman satu sama lain.

Deskripsi dan Analisis *Sequential Model of Communication Process*



Gambar 1 *Sequential Model of Communication Process*

Sumber: (Bowman & Branchaw, 1977)

Seperti yang terlihat pada diagram di atas, komponen-komponen komunikasi yang terdapat pada model ini adalah *sender*, *message*, *receiver*, *noise*, dan *feedback*. Sedangkan komponen-komponen lainnya adalah

perception, *new perception*, dan *idea*. Berikut penulis mencoba untuk menjelaskan terlebih dahulu komponen-komponen tersebut.

Sender

Semua peristiwa komunikasi melibatkan sender sebagai pencipta atau pengirim informasi. Dalam komunikasi orang-ke-orang, pengirim mungkin seorang individu, namun bisa juga kelompok, organisasi, atau lembaga. *Sender* sering disebut sebagai pengirim, sumber, komunikator, atau Bahasa Inggrisnya *source* atau *encoder*.

Message

Message atau pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah apa yang disampaikan dari pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan secara tatap muka atau melalui media komunikasi. Konten yang disampaikan dapat berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, saran, atau iklan. Dalam bahasa Inggris lainnya, pesan biasanya diterjemahkan dengan *content* atau *information*.

Receiver

Receiver adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirimkan oleh sumber. *Receiver* terdiri dari satu orang atau lebih dan dapat berupa kelompok, partai, atau negara. *Receiver* biasanya disebut dengan berbagai istilah seperti: khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience*. *Receiver* adalah tujuan komunikasi dan karena itu merupakan faktor penting dalam proses komunikasi. Ketika pesan tidak diterima oleh penerimanya, berbagai masalah muncul dan seringkali memerlukan perubahan baik pada sumber, pesan, maupun saluran (Cangara, 2007: 46).

Noise

Noise atau gangguan adalah rangsangan tambahan yang tidak diinginkan yang dapat memengaruhi keakuratan pesan yang dikirimkan. *Noise* ini bisa datang dalam bentuk masalah teknis seperti: *noise* yang disebabkan oleh alat komunikasi yang kita gunakan; gangguan psikologis, yaitu gangguan yang mengganggu pikiran dan perasaan seseorang dan mencegahnya menerima pesan yang akurat, seperti saat melamun; atau kita mungkin mengalami gangguan fisik, yaitu gangguan yang terjadi karena tubuh atau indera kita (sedang) tidak dalam keadaan normal, misalnya ketika telinga kita terganggu, kita tidak dapat menerima pesan verbal berupa suara dengan baik.

Feedback

Beberapa percaya bahwa *feedback* (umpan balik) sebenarnya adalah bentuk pengaruh yang berasal dari penerima. Namun, pada kenyataannya, *feedback* bisa datang dari sumber lain, seperti berita dan media. Ada berbagai jenis *feedback*, termasuk umpan balik positif, umpan balik negatif, umpan balik netral, umpan balik nol, umpan balik internal, umpan balik eksternal, umpan balik segera, dan umpan balik tertunda.

Perception

Perception atau persepsi dalam bahasa Indonesia adalah pengalaman terhadap objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan cara memperoleh informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi adalah kegiatan pemberian makna pada rangsangan indera (stimuli) (Rakhmat, 2018: 51).

Idea

Idea atau ide adalah rancangan yang tersusun di dalam pikiran seseorang. Rancangan ini bisa berupa konsep, kata-kata, perhitungan, ataupun visualisasi.

New Perception

New perception atau persepsi baru dalam model ini ialah pengalaman atau referensi tambahan yang bersifat inovatif dalam diri *sender* setelah *sender* menerima *feedback* dari *receiver* atas pesan yang telah ia sampaikan sebelumnya.

Model ini berawal dari *sender* yang memiliki persepsi di dalam pikirannya. Dalam proses persepsi ini terjadi komunikasi intrapribadi, yakni komunikasi dengan diri sendiri, yang terjadi di dalam diri *sender*. Dalam proses persepsi tersebut pasti terdapat *noise*. *Noise* yang terjadi biasanya *noise* yang bersifat psikologis (internal) ataupun yang bersifat *attention getter* (eksternal). Misalnya saja *sender* yang baru saja menggemari sepak bola sejak akhir 2000-an dan menggemari tim nasional sepak bola (timnas) Spanyol. *Sender* yang seorang penggemar timnas Spanyol memiliki persepsi mengenai timnas Spanyol yang pada akhir dekade 2000-an dan awal dekade 2011-an masih menjadi sorotan di dunia sepak bola internasional karena berhasil mengawinkan trofi Piala Dunia dan Piala Eropa di tiga turnamen besar dalam 20 tahun terakhir (Piala Eropa 2008, Piala Dunia 2010 dan Piala Eropa 2012).

Setelah proses persepsi tersebut selesai, *sender* kemudian menyampaikan pesan

(*message*) kepada *receiver*. Proses penyampaian dan penerimaan pesan ini juga tidak lepas dari adanya *noise*. Misalnya *sender* menyampaikan pesan kepada *receiver* secara verbal dengan berbicara seperti ini: “Saya kira timnas Spanyol adalah yang terhebat di muka bumi ini. Itu terbukti dengan tiga trofi bergengsi yang mereka peroleh sejak 2008 sampai 2012, yaitu dua trofi Piala Eropa dan satu trofi Piala Dunia. Mereka tidak akan pernah kalah dari tim manapun, termasuk dari tim yang menurut orang-orang dulu terkuat di dunia seperti timnas Brasil dan Argentina”.

Setelah *receiver* menerima pesan tersebut dari *sender*, *receiver* kemudian mengolah kembali pesan dan informasi yang ia terima tersebut di dalam kepalanya. Pesan dan informasi yang ia dapat tersebut tentu saja ia gabungkan dengan persepsinya sendiri tentang objek komunikasi yang sedang mereka bicarakan, dalam hal ini timnas Spanyol. *Receiver* setuju dengan pesan yang disampaikan *sender*, bahwa timnas Spanyol adalah “raja” di dunia sepak bola, setidaknya dari tahun 2008 hingga tahun 2012. Itu bila dilihat dari pencapaian timnas Spanyol dalam mendapatkan trofi bergengsi. Tetapi, *receiver* juga memiliki informasi di dalam pikirannya yang mungkin tidak diketahui *sender* dan bisa mematahkan pendapat *sender* tentang kehebatan timnas Spanyol. Informasi itu adalah tidak lolosnya timnas Spanyol dari babak kualifikasi grup cabang sepak bola Olimpiade London 2012 dan rekor pertandingan timnas Spanyol yang tidak terlalu apik dalam gelaran Piala Eropa dan Piala Dunia sejak tahun 2014. Bahkan, timnas Spanyol selaku juara bertahan juga tidak lolos dari babak grup pada Piala Dunia 2014 di Brasil. Berdasarkan persepsi atas informasi itulah *receiver* memiliki rancangan yang berupa *idea* atau ide untuk melakukan *feedback* terhadap pesan yang disampaikan *sender*. Dalam proses menemukan ide dan melakukan *feedback* dari *receiver* ini juga tidak terlepas dari adanya *noise*.

Setelah *receiver* mendapatkan ide untuk melakukan *feedback* berdasarkan persepsinya, *receiver* akan segera melakukan *feedback* berupa pesan verbal kepada *sender*. Misalnya *receiver* berkata seperti ini: “Saya setuju bila kamu berpendapat bahwa timnas Spanyol merupakan tim terkuat di dunia sepuluh tahun yang lalu, merujuk pada keberhasilan mereka merebut tiga trofi bergengsi sepanjang 2008-2012. Bahkan, mereka adalah satu-satunya tim yang berhasil mempertahankan gelar juara Piala Eropa. Tetapi bila melihat fakta bahwa timnas

Spanyol ternyata bisa kalah 0-1 dari Jepang dan Honduras, yang notabene merupakan tim medioker dalam percaturan sepak bola dunia, dalam babak penyisihan grup sehingga tersingkir dari Olimpiade London 2012, bahkan juga prestasinya cenderung menurun setelah tidak lolos babak grup pada Piala Dunia 2014 setelah kalah dari timnas Cile dan Belanda, saya kira pendapat mengenai timnas Spanyol adalah tim terhebat dunia yang tidak mungkin terkalahkan oleh tim manapun di dunia ini masih bisa diperdebatkan lagi.”

Feedback yang dilakukan oleh *receiver* ini tentu saja sampai kepada *sender* yang lagi-lagi disertai oleh *noise*. Setelah *sender* menerima *feedback* *receiver* yang mengatakan bahwa timnas Spanyol tersingkir di babak penyisihan grup Olimpiade London 2012 dan Piala Dunia 2014, pada saat itulah terjadi proses pembentukan persepsi baru atau *new perception* di dalam pikiran *sender* tentang timnas Spanyol. Mungkin setelah proses pembentukan persepsi baru tersebut selesai, persepsi *sender* mengenai timnas Spanyol menjadi sedikit berubah. Bila tadinya *sender* memiliki persepsi bahwa timnas Spanyol adalah tim terkuat di dunia dan mustahil bisa terkalahkan, kini setelah *sender* menerima *feedback* dari *receiver*, *sender* bisa saja berpikir bahwa timnas Spanyol bisa dikalahkan oleh tim manapun juga, termasuk oleh tim-tim medioker seperti timnas Jepang dan timnas Honduras. Lebih ekstrim lagi apabila persepsi baru *sender* tentang timnas Spanyol ini menyebabkan *sender* berbalik menjadi tidak menyukai timnas Spanyol akibat kegagalan mendapatkan medali emas cabang sepak bola di Olimpiade London 2012 atau kehilangan gelar juara Piala Eropa dan Piala Dunia beberapa edisi yang lalu, yang terbukti dari tersingkirnya timnas Spanyol di babak penyisihan grup oleh tim-tim yang dianggap medioker seperti timnas Jepang dan Honduras pada gelaran Olimpiade London 2012 dan timnas Cile pada Piala Dunia 2014.

Jika penulis melakukan perbandingan antara model ini dengan ketiga model komunikasi yang dibahas pada bagian sebelumnya (linier, interaksional dan transaksional), *Sequential Model of Communication Process* ini termasuk ke dalam model sirkuler, dengan kata lain, tidak berjalan searah, namun aktivitas komunikasinya berlangsung di antara dua peserta komunikasi, sehingga jelas tidak termasuk ke dalam model komunikasi linier. Dalam model ini memang tidak tampak secara eksplisit adanya unsur *field of experience* atau bidang pengalaman yang

vital dalam model komunikasi interaksional maupun transaksional. Namun, adanya unsur *feedback* atau umpan balik menjadikan model ini bisa dikategorikan sebagai model komunikasi interaksional atau transaksional. Lebih lanjut, jika dipersempit lagi, penulis bisa mengategorikan model ini ke dalam model komunikasi interaksional, karena makna atau pengalaman dan referensi tambahan—dalam konteks model ini adalah *new perception*—datang dari *feedback receiver* yang memberikan *idea*, sehingga bisa menyebabkan persepsi, makna, referensi atau pengalaman *sender* mengenai sebuah hal atau topik bisa saja berubah.

SIMPULAN

Noise memiliki porsi yang sangat besar dalam model ini. Hal ini dibuktikan dengan selalu terdapat *noise* dalam setiap proses transaksi antarkomponen komunikasi, baik itu sejak *sender* masih membentuk persepsinya, ketika proses penyampaian dan penerimaan pesan (*message*) yang melibatkan *sender* dan *receiver*, ketika *receiver* membentuk ide dan melakukan *feedback* kepada *sender*, hingga proses penerimaan *feedback* dari *receiver* kepada *sender*. Intinya, menurut yang tergambar secara visual dalam model ini, *noise* selalu terjadi dalam proses komunikasi dalam tahap apapun; baik itu *noise* secara internal maupun eksternal, *noise* selalu ada. Di samping itu, *Sequential Model of Communication Process* ini bisa dikategorikan sebagai salah satu model komunikasi interaksional, karena makna, persepsi, referensi atau pengalaman (baru) bisa terbentuk melalui umpan balik dari *receiver* ke *sender*.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, A. R. (2012). Penelitian Kepustakaan (Library Research). Diambil 19 Oktober 2022, dari <https://www.banjirembun.com/2012/04/p-enelitian-kepuustakaan.html>
- Bowman, J. P., & Branchaw, B. P. (1977). *Understanding and Using Communication in Business*. San Francisco: Canfield Press.
- Cangara, H. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Christiana, H. S. (2021). *Studi Literatur Aplikasi Minyak Atsiri dan Oleoresin Rempah Jahe, Pala, serta Lada dalam Bidang Pangan*. Universitas Kristen Soegijapranata Semarang.
- Craig, R. T. (2013). Constructing Theories in Communication Research. In P. Copley & P. J. Schulz (Ed.), *Handbook of Communication Science edisi Theories and Models of Communication* (hal. 39–57). Boston: De Gruyter Mouton.
- McQuail, D. (2008). Models of Communication. In W. Donsbach (Ed.), *International Encyclopedia of Communication: Volume VII* (hal. 3143–3150). Oxford: Blackwell.
- McQuail, D., & Windahl, S. (2013). *Communication Models for the Study of Mass Communication* (Second Edi). New York: Routledge.
- Melfianora. (2019). Penulisan Karya Tulis Ilmiah dengan Studi Literatur. Pekanbaru: UPT Balai Pelatihan Penyuluh Pertanian.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pavitt, C. (2010). Alternative Approaches to Theorizing in Communication Science. In C. R. Berger, M. E. Roloff, & D. Roskos-Ewoldsen (Ed.), *The Handbook of Communication Science* (Second Edi, hal. 37–54). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi (Edisi Revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- West, R. L., & Turner, L. H. (2018). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* (Sixth Edit). New York City: McGraw-Hill Education.