

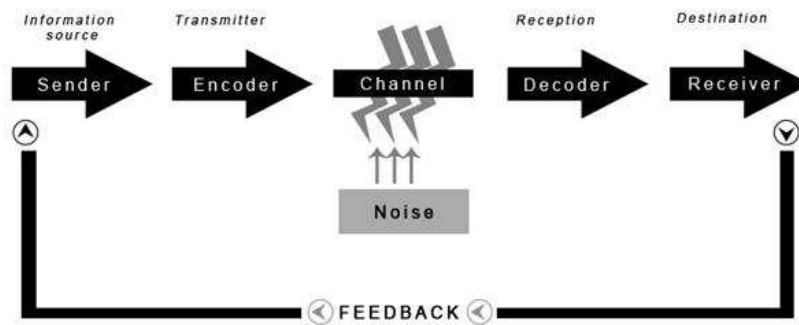
Model dasar informasi

Long Distance Relationship, sebuah hubungan dimana pasangan dipisahkan oleh jarak yang tidak memungkinkan untuk bertemu setiap hari. Mereka hanya mampu untuk berkomunikasi secara tidak langsung (melalui internet, sosial media, handphone), “selamat pagi sayang” “km udah makan?” “lagi apa?” “udah jam sgni belum tidur?” Hanyalah beberapa pesan yang sering diberikan oleh pasangan yang sedang LDR-an. Mengapa pesan – pesan tersebut dipakai? Karena dia membuntuhkan informasi tentang pasangannya. Informasi yang biasanya dia temukan secara langsung sekarang hanya bisa didapatkan melalui pesan secara tidak langsung. Kebutuhan akan informasi itu adalah kebutuhan pokok bagi suatu pasangan, akhirnya pasangan LDR tersebut akan membentuk sebuah sistem yang akan terus menyalurkan informasi mengenai keadaan pasangannya.

Sistem informasi merupakan hal yang dibutuhkan ketika seseorang mencapai tingkatan komunikasi yang lebih lanjut, baik dalam taraf intensitas maupun kuantitas. Seseorang yang berpacaran kira – kira membutuhkan 3 informasi, “selamat pagi, sudah makan? Selamat tidur”, seseorang yang sudah menikah membutuhkan lebih banyak informasi “selamat pagi, hati- hati di jalan, sudah makan siang?, Kapan pulang? Bagaimana pekerjaan? Mana uang belanja? Sudah dapat gaji bulan ini?”. Seseorang yang masih sekolah membutuhkan 3 informasi “Jam berapa masuk sekolah? Jam berapa istirahat? Jam berapa pulang sekolah? Apa PR hari ini?”, Seseorang yang sudah kuliah membutuhkan lebih banyak informasi “Kelas hari ini jam berapa? Ruangan kelas dimana? Dosennya siapa? Bisa titip absen? Tugas hari ini apa? Bagaimana presentasi besok? Skripsi? Judul Skripsi? Kapan bisa bertemu dosen pembimbing? Kapan sidang? Kapan lulus?” Dari contoh diatas dapat dilihat bahwa apapun tingkat hubungan yang dimiliki seseorang, ia akan selalu membutuhkan informasi agar seseorang merasa nyaman, untuk itu dibentuklah sebuah sistem informasi (yang dibentuk secara sadar/tidak) agar pertanyaan – pertanyaan mereka terjawab setiap harinya.

1. Fixed Decision model

Model ini adalah model yang berkembang dari teori komunikasi Shannon & Weaver, Wiener, dan teori probabilitas Krippendorff



SHANNON-WEAVER'S MODEL OF COMMUNICATION

Untuk mengingat kembali, teori Shannon dan Weaver adalah model teori dimana teori ini memperkenalkan feedback sebagai bagian dari sebuah proses komunikasi. Feedback ini menjadi awal mula bagaimana pertukaran informasi terjadi.

Probabilitas yang dimaksud dalam komunikasi adalah pilihan – pilihan didalam informasi, pilihan informasi yang dipakai sebagai pengirim ataupun pilihan informasi yang diambil sebagai penerima. Kesadaran akan kemungkinan – kemungkinan makna dari informasi tersebut adalah kemampuan probabilitas dalam berkomunikasi.

Secara kasar model ini beranggapan bahwa semakin banyak informasi yang dimiliki semakin tinggi ketidakpastian akan terjadi, begitu juga sebaliknya. Informasi dianggap sebagai data dan bit yang memenuhi otak manusia, semakin penuh/berat otak bekerja maka semakin tinggi tingkat keraguan/ketidakpastian seseorang dalam memahami informasi tersebut.

Shannon & Weaver (1949) memakai probabilitas sebagai dasar penelitian mereka dalam pemebentukan pesan, informasi adalah alat ukur kebebasan seseorang dalam memilih pesan yang akan digunakan. Bagaimana sumber menkonstruksi pesan akan berbanding lurus dengan tingkat ketidakpastian penerima dalam memaknai suatu pesan. Pilihan – pilihan yang dimiliki oleh sumber dan penerima adalah probabilitas yang dimaksud dalam model ini.

Pemain poker selalu melakukan kalkulasi tentang permainan, kartu apa yang sudah keluar, kartu apa yang mungkin dimiliki oleh musuh, kartu apa yang belum keluar, apakah dia akan menang? Hasil dari kalkulasi ini akhirnya akan menentukan ekspresi mereka, ekspresi yang kita sebut poker face. Poker face ini memberikan info tertentu kepada lawan mereka, si pemain poker bisa saja berbohong, jujur, mengancam, memberi kode tertentu terhadap pemain poker lain, dan lain sebagainya. Pemain poker lain pun harus berusaha mencari tahu apa maksud dari pemain poker tersebut, semakin banyak ekspresi yang dimiliki oleh pemain poker tersebut, semakin sulit pula pemain poker lainnya untuk menentukan apa yang sebenarnya terjadi.

Model Shannon & weaver selain memperkenalkan feedback juga memperkenalkan noise, noise adalah pemeran penting dalam model informasi ini. Ketika seorang penerima menerima informasi dari seorang sumber, dia memiliki ekspsektasi tentang apa yang diucapkan, ketika sumbernya seorang anak kecil maka anak itu akan memakai bahasa anak – anak, ketika sumbernya seorang dosen maka bahasa yang dipakai adalah bahasa akademisi, begitu juga tingkat informasi yang diharapkan dari seseorang. Bila ekspektasi – ekspektasi akan informasi tersebut salah, maka terjadilah ketidakpastian, misalnya saja ketika anda konsultasi kepada dokter, tiba-tiba dokter tersebut mengajak anda mengobrol tentang isu politik, anda tentu saja akan bingung. Seorang dokter tentu saja, tidak dilarang untuk mengerti dan membahas isu politik, tetapi anggapan kita, ekspektasi kita bila kita berkonsultasi dengan dokter adalah bahwa kita akan membahas isu kesehatan.

Mengutip Shannon dan Weaver (1949) “jika noise datang, maka pesan yang diterima akan mengandung distorsi, error, kelebihan informasi, yang tentu saja akan membuat pesan terlihat buram, ketidakpastian akan bertambah. Tetapi jika ketidakpastian bertambah, secara langsung informasi akan bertambah pula, ini terdengar bahwa noise berguna!” Bila melihat kutipan Shannon dan Weaver, ketidakpastian akan informasi yang belum kita ketahui atau tidak kita duga belum tentu tidak baik, malah informasi berlebih ini akan masuk ke pengetahuan kita dan menambah pengetahuan kita.

Kembali ke feedback, menurut N. Wiener feedback sangat penting bagi komunikasi, dengan menggunakan feedback seseorang dapat mengurangi ketidakpastian yang dimilikinya. Informasi tentu saja, adalah alat untuk mengurangi/menambah ketidakpastian, feedback disini menjadi alat ukur apakah informasi yang kita sampaikan cukup? Kurang? Berlebih? Salah? Feedback membuat seseorang dapat mengoreksi kesalahan awal dan memperbaikinya sehingga tujuan awal mereka tercapai. Contohnya anggap bahwa diri anda adalah seorang dosen sebagai source, ketika kita menjelaskan anda melihat bahwa ada murid yang tertidur, maka mungkin cara anda menyampaikan informasi membosankan (salah), mungkin juga ketika ada anak yang berkata bahwa dia belum selesai mencatat mungkin informasi yang anda berikan terlalu banyak. Hal-hal seperti ini adalah contoh bagaimana feedback membuat seseorang mengoreksi komunikasi mereka.

Model ini pada intinya memiliki asumsi bahwa informasi berbanding lurus dengan ketidakpastian, semakin banyak informasi yang diterima maka akan semakin tinggi ketidakpastian seseorang, begitu juga sebaliknya. Karena pada dasarnya manusia selalu hidup didalam realitasnya sendiri, memiliki ekspektasi – ekspektasi sendiri. Manusia tidak mudah untuk keluar dari comfort zone.

2. Receiver impact model

Model ini merupakan kebalikan dari model sebelumnya, model sebelumnya beranggapan bahwa semakin banyak informasi yang diberikan, semakin banyak juga ketidakpastian yang diterima seseorang. Berarti bahwa dalam fixed decision model seorang dosen yang membuat muridnya bingung adalah dosen terbaik, karena mampu memberikan banyak informasi sampai – sampai muridnya tidak bisa mencerna.

Kenyataan yang terjadi di lapangan tidak demikian, dalam kelas yang berisi 30 orang, mungkin 20 orang tidak mengerti apa yang dosen tersebut sampaikan, tetapi 10 orang lainnya mengerti apa yang disampaikan oleh dosen tersebut. Bagi mayoritas kelas (20 orang) pesan yang disampaikan dosen bukanlah informasi, tetapi bagi 10 orang lainnya pesan tersebut merupakan sebuah informasi. Mengapa bisa demikian?

Menurut Conant (1979) “informasi adalah sesuatu yang mengubah pengetahuan, pesan yang mengandung informasi adalah pesan yang harus mempengaruhi pengetahuan penerima”. Ini adalah asumsi dasar model ini, informasi tidak hanya dianggap sebagai konteks/isi untuk mengurangi/menambah ketidakpastian seseorang, tetapi informasi adalah hubungan antara pesan dan penerima. Apa effect dari pesan tersebut kepada penerima lebih penting daripada pesan dan konteksnya itu sendiri.

Conant mengajukan sebuah skala tentang bagaimana tingkat probabilitas subjektif seseorang, yaitu 0 – 1. Seberapa tinggi seseorang memaknai pesan akan merubah skala tersebut. Ketika seseorang melihat berita ramalan cuaca yang mengatakan bahwa sore hari akan hujan, nilai probabilitas subjektif orang tersebut hanya 0.2, ketika pada siang hari ia mendengar gemuruh petir, nilai probabilitas subjektifnya 0.4. Ketika pada sore hari ia merasakan rintik hujan, nilainya berubah menjadi 1. Setiap orang tidak sama, ada orang yang percaya akan ramalan cuaca dan sudah mempersiapkan payung lebih awal, sehingga ketika ia mendengar berita ramalan cuaca yang mengatakan bahwa sore hari akan hujan, ia memiliki nilai probabilitas subjektif 1,

Model ini tidak melakukan generalisasi pada informasi, tetapi pada bagaimana efeknya yang berbeda untuk setiap orang. Perbedaan inilah yang dijadikan segmen pasar oleh para pelaku komunikasi, yang dengan sengaja memberikan informasi tertentu kepada segmentasi penerima tertentu. Model ini sering dipakai oleh media massa, kampanye politik, bahkan pengguna sosial media seperti twitter & instagram.

Ketidakpastian setiap orang berbeda-beda, maka dengan mengenal model ini tingkat kepercayaan seseorang dapat diukur dengan mudah, karena kepercayaan berbanding lurus dengan keraguan dan ketidakpastian. Seseorang yang tidak mudah percaya membutuhkan **lebih banyak** informasi untuk menentukan pilihan, seseorang ini memiliki angka probabilitas subjektif yang rendah. Sebaliknya, seseorang yang mudah percaya membutuhkan **lebih sedikit** informasi untuk menentukan pilihan, kelebihan informasi pada orang tipe ini dapat membuat keraguan yang akhirnya membuat orang tersebut untuk tidak memilih.

Nilai sebuah komunikasi dihitung dari seberapa efektifnya pesan tersebut mempengaruhi perilaku penerima pesan (baik yang diharapkan maupun tidak), artinya pesan yang disampaikan sudah memiliki nilai informasi yang tinggi terhadap orang tersebut.

Daftar pustaka

Heath L. Robert (2000). Human Communication theory and research . New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates:

Burke, K (1966). Language as symbolic Action, Berkeley, CA: University of California press

Conant R. C(1979), A Vector theory of information, Communication Yearbook 3, New Brunswick, NJ: Transaction books

Shannon C, E & Weaver W. (1949), The mathematical theory of communication, urabana, il : University of illionis press