BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1 Sejarah Ilmu Komunikasi

Ilmu komunikasi merupakan hasil dari suatu proses perkembangan yang panjang. Dapat dikatakan bahwa lahirnya ilmu komunikasi dapat diterima baik di Eropa maupun di Amerika Serikat bahkan di seluruh dunia, adalah merupakan hasil perkembangan dari publisistik dan ilmu komunikasi massa. Hal ini dimulai oleh adanya pertemuan antara tradisi Eropa yang mengembangkan ilmu publisistik dengan tradisi Amerika yang mengembangkan ilmu komunikasi massa.

Akhirnya untuk melacak asal-usul ilmu komunikasi itu, kita harus mengkaji perkembangan ilmu tersebut baik di Eropa maupun di Amerika Serikat, khususnya di Jerman, ilmu komunikasi berkembang dari *publisistik wissenschaft* sedang di Amerika Serikat berkembang dari ilmu komunikasi massa.

2.1.2 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi (*communication*) berasal dari kata: *common*, yang berarti "sama", dengan maksud sama makna, sehingga secara sederhana, dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan proses

menyamakan persepsi, pikiran, dan rasa antara komunikator dengan komunikan.

2.1.3 Proses Komunikasi

Proses komunikasi, terdiri atas dua tahap. meliputi proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. (Effendy dalam Mondry, 2008: 3).

1. Proses komunikasi secara primer, merupakan proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi meliputi bahasa, kial *(gesture),* gambar, warna, dan sebagainya. Syaratnya secara langsung dapat "menterjemahkan" pikiran atau perasan komunikator kepada komunikan.

Bahasa merupakan sarana yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi, karena hanya dengan bahasa (lisan atau tulisan) kita mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, baik yang berbentuk ide, informasi atau opini bisa dalam bentuk konkret ataupun abstrak. Hal itu bukan hanya suatu hal atau peristiwa yang sedang terjadi sekarang, tetapi juga pada masa lalu atau waktu yang akan datang.

Kial (*gesture*) memang dapat "menerjemahkan" pikiran seseorang sehingga terekspresi secara fisik, tetapi menggapaikan tangan atau memainkan jemari, mengedipkan mata atau menggerakan anggota tubuh

lainya hanya dapat mengkomunikasikan hal–hal tertentu saja (sangat terbatas). Demikian pula dengan isyarat yang menggunakan alat, seperti bedug, kentongan, sirine, dan lain–lain, juga warna yang memiliki makna tertentu. Kedua lambang (isyarat dan warna) tersebut sangat terbatas kemampuanya dalam mentransmisikan pikiran seseorang kepada orang lain.

2. Proses komunikasi sekunder, merupakan proses penyampain pesan dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua dalam berkomunikasi karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau dalam jumlah yang banyak. Sarana yang sering dikemukakan untuk komunikasi sekunder sebagai media kedua tersebut, antara lain surat, telepon, faksimili, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, internet, dan lain–lain.

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.2.1 Karakteristik komuikasi massa

Karakteristik komunikasi massa menurut Ardianto Elvinaro, dkk. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Sebagai berikut:

1. Komunikator terlambangkan
2. Pesan bersifat umum
3. Komunikannya anonim dan heterogen
4. Media massa menimbulkan keserempakan
5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan
6. Komunikasi massa bersifat satu arah

7. Stimulasi Alat Indera Terbatas
8. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan tidak langsung (*Indirect*). (Ardianto Elvinaro, dkk. 2007: 7).

Komunikator terlambangkan, Ciri komunikasi masa yang pertama adalah komunikatornya. Komunikasi massa itu melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

Pesan bersifat umum, Komuniksai massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan ditujukan untuk sekelompok orang tertentu.

Komunikannya anonim dan heterogen, Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya mengunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda.

Media massa menimbulkan keserempakan, Effendy mengartikan keserempakan media massa itu sebagai keserempakan konteks dengan sejumlah besar penduduk dalam jumlah yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan, Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan

menunjukkan bagaimana cara mengatakanya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.

Komunikasi massa bersifat satu arah, Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog.

Stimulasi Alat Indera Terbatas, Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar.

Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan tidak langsung (*Indirect*), Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi massa. Efektivitas komunikasi sering dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan.

2.2.2 Fungsi komunikasi massa

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick dalam Ardianto, Elvinaro. dkk. Komunikasi Massa Suatu Pengantar Terdiri dari:

1. *Surveillance* (Pengawasaan)
2. *Interpretation* (Penafsiran)
3. *Linkage* (Pertalian)
4. *Transmission of Values* (Penyebaran nilai-nilai)
5. *Entertainment* (Hiburan)

(Dominick dalam Ardianto, Elvinaro. dkk. 2007: 14).

Surveillance **(pengawasaan)** Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang suatu ancaman; fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

Interpretation **(penafsiran)** Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca, pemirsa atau pendengar untuk memperluas wawasan.

Linkage **(pertalian)** Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

Transmission of Values **(penyebaran nilai-nilai)** Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini disebut juga *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilali kelompok . media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, Media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

Entertainment **(hiburan)** Radio siaran, siarannya banyak memuat acara hiburan, Melalui berbagai macam acara di radio siaran pun masyarakat dapat menikmati hiburan. meskipun memang ada radio siaran yang lebih mengutamakan tayangan berita. fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

2.3 Tinjauan tentang Pers

> Pers di artikan dalam dua bentuk: pers dalam arti sempit merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan dengan perantaraan barang cetakan, sedangkan pers dalam arti luas merupakan kegiatan komunikasi, baik yang dilakukan dengan barang cetak maupun dengan media elektronik, seperti radio, televisi maupun internet (Kusumaningrat dalam Mondry, 2008:18).

Dengan dasar itu, pers diartikan lembaga atau orang yang bekerja di bidang penerbitan dan penyiaran. Mereka yang mengaku jurnalis (wartawan) berarti dapat dipastikan mereka bekerja di lembaga pers, tetapi itu dengan pekerjaan yang spesifik, terkait dengan proses penggalian, penulisan, dan seluruh proses berita, termasuk fotografer atau pengambil gambar (kameramen). Artinya, hanya pemimpin redaksi dan jajarannya yang boleh mengaku wartawan dan berhak mendapat identitas keanggotaan dari organisasi kewartawanan, sedangkan orang pers yang bertugas di luar bidang pemberitaan, baik di media cetak maupun elektronik, tidak boleh mengaku wartawan, sebaliknya wartawan dan siapa pun yang bekerja di perusahaan pers, tentu tidak boleh mengaku orang pers.

2.4 Tinjauan tentang jurnalistik

2.4.1 Pengertian jurnalistik

Jurnalistik (*journalistic*) secara harfiah artinya kewartawanan atau kepenulisan. Kata dasarnya "jurnal", artinya laporan atau catatan, berasal dari bahasa Yunani kuno, "*du jour*" yang berarti hari, yakni kejadian hari ini yang diberitakan dalam lembar tercetak. (Asep Syamsul, 2004:16)

2.4.2 Bentuk jurnalistik

Dilihat dari segi bentuk dan pengolahannya, jurnalistik dibagi dalam tiga bagian besar: jurnalistik media cetak (*newspaper and journalism*), jurnalistik media elektronik auditif (*radio broadcast journalism*), dan jurnalistik media audiovisual (*television jurnalism*).

Jurnalistik media cetak meliputi jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik tabloid harian, juranlistik tabloid mingguan, dan jurnalistik majalah. Jurnalistik media auditif adalah jurnalistik radio siaran, jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media *online* (internet).

2.5 Tinjauan Tentang Jurnalistik Radio

Peran ideal radio sebagai media publik adalah mewadahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya. Menurut Masduki dalam bukunya Jurnalistik Radio menyebutkan, Ada tiga bentuk kebutuhan, yaitu informasi, pendidikan, dan hiburan. Ada beberapa tingkatan peran sosial yang

diemban radio dalam kapasitasnya sebagai media publik atau yang dikenal dalam konsep *radio for society*.

> Pertama, radio sebagai media penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain. Kedua, radio sebagai sarana mobilitas pendapat publik untuk mempengaruhi kebijakan. Ketiga, radio sebagai sarana untuk mempertemukan dua pendapat berbeda/diskusi untuk mencari solusi bersama yang saling menguntungkan. Keempat, radio sebagai sarana untuk mengikat kebersamaan dalam semangat kemanusiaan dan kejujuran. Beberapa fungsi tersebut bisa diemban sekaligus, tetapi ada kalanya hanya salah satu saja. Yang penting adalah konsistensi dan optimalisasi pada satu peran. (Masduki, 2001:3)

2.5.1 Pengertian Radio

Radio adalah buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara ditransmisikan secara serempak melalui gelombang radio di udara. Radio telah menjadi media komunikasi massa yang *powerfull*. Dan radio merupakan sebuah media elektronik yang dapat memberikan berbagai informasi dan hiburan. Radio, tepatnya radio siaran merupakan salah satu jenis media massa. Ciri khas utama radio adalah auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran. Jurnalistik radio mampu menyajikan pendapat narasumber secara langsung dan *orisinal* (audio).

> Radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar), tetapi murah, merakyat, dan bisa dibawa atau didengarkan dimana-mana. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan, dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara, dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya. (Masduki, 2001: 9)

2.5.2 Sifat Radio

Menurut Masduki dalam bukunya Jurnalistik Radio mengatakan, Radio itu bersifat auditif, maka berita radio harus memenuhi persyaratan lain, yaitu:

1. Lokal-Emosional
2. Personal
3. Selintas
4. Fokus dan Antidetail
5. Imajinasi
6. Fleksibel (Masduki, 2001: 13)

Lokal-Emosional, Berita menjadi alat komunikasi antar individu pendengar dengan masyarakat sekitarnya. Efektivitas berita tergantung pada aspek kedekatan atau lokalitasnya dengan pendengar secara geografis dan psikologis, serta keterlibatan aktif mereka secara emisional dan interaktif.

Personal, Komunikasi berita radio berlangsung seperti seseorang yang sedang bercerita atau membicarakan sesuatu dengan temannya. Prosesnya memberikan kesan bahwa penyiar sedang berbicara dengan pendengar sehingga akrab ditelinga, bukan terkesan membicarakan sesuatu.

Selintas, Radio adalah media dengan mobilitas pendengar yang tinggi, ditangkap selintas, dan sekali saja. Karena ia disimak bersamaan dengan kegiatan lain. Tidak ada pendengar yang betah terhadap satu stasiun radio dalam waktu yang lama. Oleh karena itu, untuk menarik perhatian pendengar, sejak awal berita perlu menggunakan *lead* yang menarik, yang disusun dengan kaidah piramida terbalik.

Fokus dan Antidetail, Berita adalah penyiaran suatu ide atau peristiwa. Kemampuan pendengar untuk mengingat suatu rincian laporan sangat terbatas. Oleh karena itu, radio harus meringkas data dan menghindari tuturan kalimat yang bermakna ganda. Karena tidak bisa di dokumentasikan, maka di dalam berita radio dikenal istilah pengulangan berita lanjutannya yang harus disampaikan pada rentan waktu tertentu dalam satu hari.

Imajinasi, Radio dan terutama berita radio adalah *theater of mind*. Berita yang disajikan harus dapat mengembangkan imajinasi dramatik pendengar secara tepat atas peristiwa yang terjadi. Pendengar seperti sedang berada di lokasi kejadian atau terlibat dalam persoalan yang diberikan.

Fleksibel, Cara penyampaian berita radio sangat bergantung pada kreativitas dan gaya penyiar yang membacakannya. Seluruh pengertian dan makna teks yang disampaikan, tercermin dari infeksi (tinggi, rendah, datar) kekuatan suara penyiar.

2.6 Tinjauan Tentang Berita

Semua berita adalah informasi, tetapi tidak semua informasi adalah berita. karena berita adalah informasi yang mengandung nilai berita yang telah diolah sesuai dengan kaidah-kaidah yang ada pada ilmu jurnalistik, dan yang sudah disajikan melalui media massa.

2.6.1 Jenis berita

Meski berita memiliki suatu akar pengertian dan suatu definisi, akan tetapi berita sendiri terdiri dari beberapa jenis. Masing-masing ini tetap mengandung unsur yang perlu ada dalam setiap berita, namun tiap jenis memiliki karakteristik yang berbeda yang harus diingat.

Jenis berita menurut penyajiannya terdiri dari:

> 1. Berita Tulis (*writing news/adlibs/spot news)*, yaitu berita pendek yang bersumber dari media lain atau ditulis ulang. Bisa pula berupa liputan reporter yang teksnya diolah kembali di studio.
> 2. Berita Bersisipan (*news with insert*), yaitu berita yang dilengkapi atau di-mix dengan sisipan suara narasumber.
> 3. *News Feature*, yaitu berita atau laporan jurnalsitik panjang yang lebih bersifat human *interest*.
> 4. *Phone In News*, yaitu berita yang disajikan melalui laporan langsung reporter via telepon.
> 5. Buletin Berita (*news bulletin*), yaitu gabungan beberapa berita pendek yang disajikan dalam satu blok waktu.
> 6. *Jurnalisme* interaktif (*news interview*), yaitu berita yang bersumber pada sebesar mungkin keterlibatan khalayak.
>
> (Masduki, 2001: 14)

2.6.2 Kriteria Berita

Kriteria umum dalam nilai berita (*news value*) merupakan acuan yang dapat digunakann oleh para jurnalis, yakni para reporter dan editor, untuk memutuskan fakta yang pantas dijadikan berita dan memilih mana yang terbaik.

Nilai berita yang menjadi tolak ukur layak-tidaknya sebuah peristiwa diliput dan dilaporkan itu adalah:

1. **Aktual,** artinya peristiwa terbaru, terkini, atau hangat (*up to date*), sedang atau baru saja terjadi (*recent events*).
   Bagi media radio, nilai kebaruan ini merupakan nilai terpenting karena berita radio harus memiliki sifat "kesegaran"(*immediacy*).
2. **Faktual,** yakni ada faktanya (*fact*), benar-benar terjadi, bukan fiksi (bukan rekaan, khayalan, atau karangan). Fakta muncul dari sebuah kejadian nyata (*real event*), pendapat (*opinion*), dan pernyataan (*statement*). Fakta sebuah peristiwa terdiri dari data yang teruraikan dalam unsur 5W+1H (*What* = apa yang terjadi, *Who* = siapa yang terlibat dalam kejadian, *Why* = mengapa hal itu terjadi, *Where* = dimana kejadiannya, *When* = kapan terjadi, dan *How* = bagaimana proses terjadinya).
3. **Penting,** meliputi besar-kecilnya ketokohan orang yang terlibat peristiwa (*prominence*) dan besar-kecilnya dampak peristiwa pada masyarakat (*consequences, magnitude*).
4. **Menarik,** yaitu memunculkan rasa ingin tahu dan minat pendengar, antara lain peristiwa yang bersifat menghibur, mengandung keganjilan, memiliki unsur kedekatan (*proximity*) dengan pendengar secara geografis atau emosional, mengandung *human interest*-menyentuh emosi, menggugah perasaan, atau membangkitkan simpati. (Romli, 2004: 62).

2.7 Tinjauan tentang Berita Radio

2.7.1 Pengertian Berita Radio

Radio berita adalah peristiwa yang dikomunikasikan kepada pendengar pada saat yang bersamaan dengan peristiwanya. Berita radio adalah suatu sajian laporan berupa fakta dan opini, yang mempunyai nilai berita, penting, dan menarik bagi sebanyak mungkin orang, dan disiarkan melalui media radio secara berkala. Berita radio menjawab persoalan apa yang terjadi, dan bagaimana peristiwa tersebut berlangsung.

2.7.2 Karakteristik Berita Radio

1. Segera dan Cepat
2. Aktual dan Faktual
3. Pentingnya bagi masyarakat luas
4. Relevan dan Berdampak luas

(Masduki, 2001:12)

Segera dan cepat, Laporan peristiwa atau opini di radio harus sesegera mungkin dilakukan untuk mencapai kepuasan pendengar dan mengoptimalkan sifat kesegarannya sebagai kekuatan radio.

Aktual dan faktual, Berita radio adalah hasil liputan peristiwa atau opini yang segar dan akurat sesuai fakta, yang sebelumnya tidak diketahui oleh khalayak. Opini terkait dengan upaya pendalaman liputan (*investigasi*) atas suatu data atau peristiwa.

Pentingnya bagi masyarakat luas, Harus ada keterkaitan dengan nilai berita (*news value*) yang berlaku dalam pengertian jurnalistik secara umum, guna memenuhi kepentingan masyarakat.

Relevan dan berdampak luas, Masyarakat selaku pendengar merasa membutuhkannya dan akan mendapat manfaat optimal dari berita radio, yaitu pengetahuan, pengertian, dan kemampuan bersikap atau mengambil keputusan tertentu, sebagai *respons* atau atas sebuah berita.

2.7.3 Keunggulan dan kelemahan radio

A. Keunggulan Radio

1. Cepat dan Langsung. Sasaran tercepat, lebih cepat dari Koran maupun TV, dalam menyampaikan informasi kepada publik tanpa melalui proses yang rumit dan butuh waktu banyak. Hanya melalui telepon, reporter radio dapat secara langsung menyampaikan berita atau melaporkan peristiwa yang ada di lapangan.
2. Akrab. Radio adalah alat yang lekat dengan pemiliknya.
3. Dekat. Suara penyiar hadir di rumah atau di dekat pendengar. Pemmbicaraannya langsung menyentuh aspek pribadi.
4. Hangat. Paduan kata-kata, musik, dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar. Pendengar akan beraksi atas kehangatan suara penyiar dan seringkali berfikir bahwa penyiar adalah teman dekat bagi mereka.
5. Sederhana. Tidak rumit, tidak banyak pernik. Baik bagi pengelola maupun pendengar.
6. Tanpa Batas. Siaran radio menembus batas-batas geografis, SARA, dan kelas sosial.
7. Murah. Dibandingkan dengan berlangganan media cetak atau harga pesawat televisi, pesawat radio relatif lebih murah. Pendengar pun tidak dipungut bayaran sepeser pun untuk mendengar radio.
8. Fleksibel. Siaran radio bisa dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktivitas yang lain. (Romli, 2004: 23)

B. Kelemahan Radio

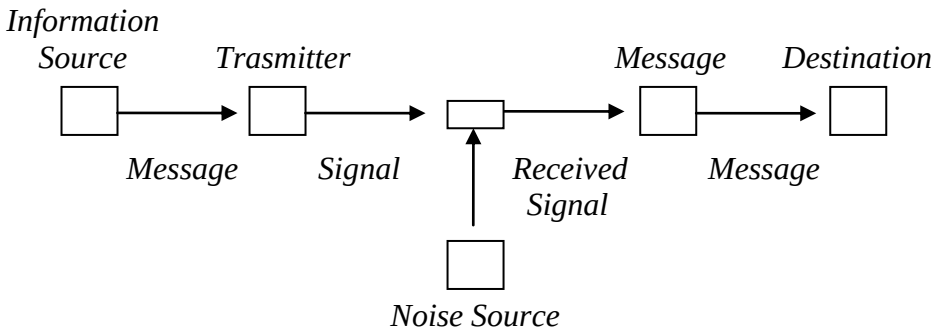
1. Selintas. Siaran radio cepat hilang dan gampang dilupakan. Pendengar tidak bisa mengulang apa yang didengarnya.
2. Global. Siaran informasi radio bersifat global, tidak detail, karena angka-angka dibulatkan.
3. Batasan waktu. Setiap berita atau informasi yang disiarkan sangat singkat berdasarkan waktu yang telah ditentukan.
4. Beralur linier. Program disajikan dan dinikmati berdasarkan urutan yang sudah ada.

5. Mengandung gangguan. Seperti timbul tenggelam (*fading*) dan gangguan teknis "*channel noise factor*". (Romli, 2004: 25)

2.8 Teori Shannon and Weaver

Teori ini menyoroti problem penyampaian pesan berdasarkan tingkat kecermatannya. Teori yang melukiskan sumber yang menyandi atau menciptakan pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran kepada seorang penerima yang menyandibalik atau mencipta ulang pesan tersebut.

Gambar 2.1
Model Shanon and Weaver



Sumber : Mulyana, dalam Ardiyanto, Elviaro. dkk, Komunikasi Massa, 2007: 85

Model Shannon dan Weaver mengasumsikan bahwa sumber informasi menghasilkan pesan untuk dikomunikasikan dari seperangkat pesan yang dimungkinkan. Pemancar (*transmitter*) mengubah pesan menjadi sinyal yang sesuai dengan saluran yang digunakan. Saluran (*channel*) adalah medium yang mengirimkan sinyal (tanda) dari *transmitter* ke penerima (*receiver*). Dalam percakapan, sumber informasi adalah otak, *transmeitter*-nya adalah mekanisme suara yang menghasilkan sinyal (kata-kata yang terucapkan), yang ditransmisikan

lewat udara (sebagai saluran). Penerima (*receiver*), yakni mekanisme pendengaran, melakukan operasi sebaliknya yang dilakukan *transmitter* dengan merekonstruksi pesan dari sinyal. Sasaran (*Destination*) adalah orang (atau otak) yang menjadi tujuan pesan itu. Sedangkan gangguan (*noise*) adalah setiap rangsangan tambahan dan tidak dikehendaki yang dapat mengganggu kecermatan pesan yang disampaikan.