

Pentingnya Strategi Komunikasi Dalam Berkomunikasi

Yuliana
Pranata Humas Ahli Pertama
Puslitbang Sumber Daya dan Pelayanan Kesehatan

Kemajuan Teknologi digital saat ini memudahkan untuk menyebarluaskan informasi. Komunikasi dan penyampaian informasi yang baik harus sesuai dengan data atau fakta yang ada sehingga informasi yang diterima dapat dipahami dengan benar. Pernahkan merasa lelah berbicara karena lawan bicara sering gagal paham atau gagal menyampaikan pesan? oleh karena itu berkomunikasi diperlukan strategi. Ibarat perang, jika ingin menang maka perlu menyusun strategi secara matang. Demikian juga berkomunikasi, agar tujuan komunikasi tepat sasaran dan dapat diterima serta dipahami maka diperlukan strategi komunikasi.

Apa itu strategi komunikasi? Menurut KBBI **strategi** komunikasi berasal dari kata strategi artinya rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran, sedangkan **komunikasi** artinya pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan tersebut dapat dipahami. Istilah untuk yang memberikan informasi adalah komunikator sedangkan pendengar disebut komunikan.

Apa pendapat para ahli?

Mengutip (Mayang 2020) pengertian strategi komunikasi menurut beberapa ahli antara lain :

1. Tarone : sebuah usaha bersama yang dilakukan oleh dua lawan bicara untuk menyepakati makna;
2. Fzrch dan Kasper : rencana yang disusun secara sadar untuk menyelesaikan sesuatu yang dianggap oleh individu dalam mencapai tujuan komunikasi tertentu;



3. Richard Dimbebley dan Graeme Burton : bagian pendek dari perilaku atau interaksi komunikasi. Hal ini melibatkan penggunaan tanda-tanda verbal dan non-verbal yang disengaja untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif;
4. Joseph DeVito : penerapan beberapa rencana untuk mengontrol orang lain melalui interaksi komunikasi, biasanya dengan cara memanipulasi dan memberikan dorongan sikap defensif;
5. Stephen Robbins : penentu tujuan dan arah sikap serta persiapan untuk mendapatkan hal-hal yang diperlukan dalam jangka panjang;
6. Middleton : kombinasi terbaik dari semua komponen komunikasi, dari komunikator, pesan, saluran atau media, penerima atau komunikan, hingga efek atau pengaruh yang dirancang agar dapat mencapai tujuan komunikasi yang optimal;
7. Onong Uchjana Effendi : Strategi komunikasi adalah panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan;
8. Anwar Arifin, strategi komunikasi adalah perhitungan kondisi dan situasi yang dihadapi dan yang akan dihadapi, untuk mencapai efektivitas.

Berdasarkan berbagai pendapat ahli mengenai pengertian strategi komunikasi, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi mengandung makna yang luas tetapi tujuan sama agar informasi dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh sasaran. Melansir tambah pinter.com dalam komunikasi juga terdapat teori-teori yang berkaitan dengan strategi komunikasi yaitu *Campaign communication theory/teori komunikasi kampanye* adalah kegiatan yang dilakukan untuk memberikan dampak kepada khalayak dalam jumlah yang relatif besar, pada kurun waktu tertentu, dan melalui serangkaian aktivitas komunikasi yang terorganisir. Pada teori ini terdapat dua poin yang menjadi ciri khas strategi komunikasi, yaitu memiliki tujuan yang jelas dan kegiatan komunikasi disusun atau direncanakan terlebih dahulu.



Communication goal theory/ teori tujuan komunikasi ini menjelaskan bahwa dalam berkomunikasi kita memiliki tujuan masing-masing. *Interpersonal communication theory/* teori komunikasi antarpribadi. Teori ini menjadi salah satu teori yang populer dalam kajian ilmu komunikasi. Komunikasi antarpribadi dapat dilakukan secara terencana maupun tidak. *Negotiation theory/teori negosiasi* adalah untuk menyelesaikan permasalahan. Negosiasi merupakan salah satu pendekatan pengelolaan konflik dalam level interpersonal, kelompok, organisasi, masyarakat dan internasional.

Beberapa jenis komunikasi antara lain komunikasi dua arah, formal, massa, dan sosial. Komunikasi dua arah adalah komunikasi antara komunikan dan komunikator dalam suatu saat bergantian dalam memberikan informasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang memperhitungkan ketepatan, keringkasan, dan kecepatan, komunikasi. Komunikasi massa adalah penyebaran informasi yang dilakukan oleh sekelompok sosial tertentu kepada pendengar atau khalayak yang heterogen dan tersebar dimana-mana. Komunikasi sosial adalah komunikasi antar kelompok sosial dalam masyarakat.

Proses menyusun strategi komunikasi ada enam langkah yaitu langkah pertama adalah menentukan khalayak sasaran yang akan menerima informasi. Setelah menentukan sasaran dan menetapkan tujuan/*goals* dari informasi yang akan disampaikan. Langkah kedua adalah mengumpulkan dan menganalisis data, isu terkini terkait informasi yang akan disampaikan, dan sumber data tersebut. Kemudian langkah ketiga melakukan pemetaan informasi berdasarkan data pada langkah kedua dan menentukan media apa yang akan digunakan. Langkah keempat yaitu membuat program komunikasi strategi setiap triwulan kemudian dituangkan dalam perencanaan-perencanaan komunikasi kreatif. Untuk langkah kelima adalah melaksanakan program yang sudah disusun seperti pada langkah keempat. Sedangkan untuk mengetahui tercapai atau tidak program yang disusun maka perlu dilakukan monitoring dan evaluasi pelaksanaan program yang sudah disusun.



Bagaimana cara menganalisis strategi komunikasi?

Salah satu langkah menyusun strategi komunikasi adalah melakukan analisis. Menurut Emilia Bassar seorang praktisi komunikasi, ada tiga cara menganalisis yang biasa digunakan dalam strategi komunikasi yang pertama adalah **PETS** (politik, ekonomi, teknologi, dan sosial). Kemudian yang kedua adalah **SWOT** (kekuatan/*strenght*, kelemahan/*weakness*, kesempatan/*opportunity*, dan ancaman/*threats*). Sedangkan yang ketiga **PESTEL** analisis (politik, ekonomi, sosial, teknologi, environment, dan legal).

Ketiga cara menganalisis tersebut terdiri dari faktor politik terutama dari tingkat intervensi pemerintah melalui elemen antara lain regulasi, kebijakan, kelembagaan, tata kelola, dan pemilihan umum. Selain itu faktor ekonomi mengenai kondisi eksternal ekonomi, seperti sumber pendanaan, kebijakan ekonomi dan keuangan, pendapatan per kapita, biaya produksi, dan pemberian insentif. Faktor sosial mencakup yang terkait dengan, demografi, gaya hidup, opini publik di media, percakapan di media sosial, budaya lokal, dan pengaruh berbagai event. Faktor teknologi mencakup teknologi, seperti: aktivitas penelitian dan pengembangan, teknologi layanan konsumen, dampak teknologi, pemanfaatan teknologi komunikasi, dan hak atas kekayaan intelektual. Sedangkan faktor *environmental*/faktor lingkungan terkait dengan perubahan iklim, gaya hidup ramah lingkungan, dan komitmen terhadap pelestarian lingkungan. Faktor legal berkaitan dengan perlindungan konsumen, keselamatan kerja, diskriminasi, dan hak cipta.

Strategi Komunikasi bukan hanya konten, bukan hanya daftar kegiatan tetapi cara penyampaian pesan atau informasi tersebut dapat dipahami dan diterima oleh khalayak itu yang terpenting. Jika disadari sudah berapa ribu bahkan juta kata-kata yang sudah kita keluarkan, tetapi apakah semua mengandung arti yang positif, baik dan informatif?. Komunikasi efektif dan bermanfaat harus menggunakan strategi komunikasi dengan cara dan langkah yang benar agar tujuan dari pesan dan



informasi yang disampaikan dapat bermanfaat bagi yang menerima pesan tersebut.(yl)

