

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos* yang secara harfiah berarti “seni umum”, istilah ini berubah menjadi kata sifat *strategia* berarti “keahlian militer” yang belakangan diadaptasikan lagi ke dalam lingkungan bisnis modern. Kata *strategos* bermakna sebagai keputusan untuk melakukan suatu tindakan dalam jangka panjang dengan segala akibatnya atau pemanfaatan sumber daya dan penyebaran informasi yang relatif terbatas terhadap kemungkinan penyadapan informasi oleh para pesaing.¹

Ada beberapa macam Pengertian strategi yang dikemukakan oleh para ahli. Menurut Stephanie K. Marrus, sebagaimana dikutip oleh Husein Umar, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang suatu organisasi, disertai penyusunan suatu cara agar tujuan tersebut dapat dicapai secara maksimal. Ada juga dua orang pakar strategi, Hamel dan Prahalad (1995), mereka mendefinisikan strategi seperti berikut ini:

“Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hamper selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari pada yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan

¹Alo Liliwari, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta : Kencana, 2011), hlm. 240.

kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.”²

Sedangkan menurut Din Syamsudin, strategi mengandung tiga arti diantaranya: *Pertama*, rencana dan cara yang seksama untuk mencapai tujuan. *Kedua*, pelaksanaan rencana atau program untuk mencapai tujuan. *Ketiga*, sebuah penyesuaian terhadap lingkungan untuk menampilkan fungsi dan peran penting dalam keberhasilan.³

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.⁴

Sedangkan istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari kata *communico* yang artinya membagi. Komunikasi adalah interaksi antara dua orang atau lebih dalam proses penyampaian pesan, baik itu berbentuk ide, gagasan, pemikiran dan perasaan agar dapat dipahami dan mendapatkan timbal balik.⁵

²Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama. 2001), hlm. 31.

³Din Syamsudin, *Etika Agama Dalam Membangun Masyarakat Madani*, (Jakarta : Logos, 2000), hlm. 127.

⁴Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 32.

⁵Khoirul Muslimin & Maswan, *Kecemasan Komunikasi Mengatasi Cemas Berkomunikasi di Depan Publik*, (Yogyakarta :Lingkar Media, 2017), cet. I. hlm. 8.

Menurut Lawrence D. Kincaid dalam bukunya Hafied Cangara yang berjudul perencanaan dan strategi komunikasi mendefinisikan komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.⁶

Menurut Rogers memberi batasan tentang pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.⁷

Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyatakan “Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.”⁸

Strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti

⁶Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), hlm. 33.

⁷*Ibid.*, hlm. 61.

⁸*Ibid.*

bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi.⁹

Jadi, dari beberapa pengertian tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah suatu proses komunikasi atau cara perumusan terhadap suatu hal yang telah ditetapkan oleh suatu lembaga atau organisasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan secara optimal.

2. Strategi Membangun Komunikasi yang Efektif

Penyusunan strategi komunikasi merupakan hal utama yang harus diperhatikan dalam proses komunikasi. Dalam tahap menyusun strategi yang paling penting adalah menentukan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat. Tahap ini menjadi penting karena bisa menentukan hasil dari proses Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menciptakan komunikasi yang efektif.

a. Mengetahui mitra bicara (*audience*).

Sebelum berkomunikasi dengan seseorang komunikator harus tahu siapa yang akan diajak bicara, apakah dengan orang tua, anak-anak, laki-laki, perempuan, atau status sosialnya. Dengan mengetahui *audience*, seorang komunikator harus cerdas dalam memilih kata-

⁹Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 32.

kata yang digunakan dalam menyampaikan informasi, serta bahasa yang dipakai harus sesuai dan mudah dipahami.

b. Mengetahui tujuan

Tujuan berkomunikasi sangat menentukan cara menyampaikan informasi sehingga komunikasi bersifat pengumuman. Akan tetapi, apabila maksud membeli atau menjual barang, komunikasi akan bersifat negoisasi. Tujuan dalam komunikasi harus diketahui sebelum kita berkomunikasi.

c. Memperhatikan konteks

Konteks bisa berarti keadaan atau lingkungan pada saat berkomunikasi. Konteks sangat berperan dalam memperjelas informasi yang disampaikan. Formalitas dalam konteks tertentu juga dapat mempengaruhi cara berkomunikasi seseorang.

d. Mempelajari kultur

Kultur (budaya) atau kebiasaan orang/masyarakat juga perlu diperhatikan dalam berkomunikasi. Seperti halnya orang Jawa atau Sunda pada umumnya dikenal dengan kelembutanya dalam bertutur kata. Hal ini tentu tidak berarti bagi orang non-Jawa atau non-Sunda harus seperti bertuturnya orang Jawa atau Sunda, yang penting adalah pelaku komunikasi harus memahami kultur mitra bicaranya sehingga saling pengertian dan penyesuaian gaya komunikasi dapat terjadi.

e. Memahami bahasa

Bahasa dapat menjadi ciri atau identitas suatu bangsa. Dengan memahami bahasa orang lain, berarti berusaha menghargai orang lain. Akan tetapi, memahami bahasa tidak berarti harus memahami semua bahasa yang dipakain oleh mitra bicara. Yang terpenting adalah memahami gaya orang lain berbahasa (bukan gaya bahasa). Untuk memperjelas pesan yang hendak disampaikan dalam berkomunikasi, gunakanlah kalimat-kalimat sederhana dan mudah dipahami.¹⁰

B. Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi direncanakan untuk mencapai suatu tujuan tertentu, strategi pada umumnya untuk menentukan dan mengkomunikasikan tentang visi dan misi sebuah perusahaan atau lembaga. Adapun tujuan strategi komunikasi yaitu:

1. Memberitahu (*Announcing*)

Tujuan pertama dari strategi komunikasi adalah *announcing*, yaitu pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi. Oleh karena itu, informasi yang akan dipromosikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi yang demikian penting.¹¹

¹⁰Khaerul Umam, *Manajemen Organisasi*, (Bandung : Pustaka Setia, 2012), hlm. 168-171.

¹¹Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta : Kencana, 2011), hlm. 248.

2. **Mendidik (*Educating*)**

Tujuan strategi komunikasi harus mendidik. Maksudnya adalah dalam setiap informasi dikemas dalam kemasan educating. Contohnya bila kita mengeluarkan informasi tentang acara amal donor darah maka informasi yang kita keluarkan adalah tentang manfaat donor darah.

3. **Menyebarkan informasi (*Informing*)**

Salah satu tujuan komunikasi adalah menyebarkan informasi kepada masyarakat atau audien yang menjadi sasaran. Diusahakan informasi yang disebarkan merupakan informasi yang spesifik dan aktual, sehingga dapat digunakan konsumen. Apalagi jika informasi tidak saja sekedar pemberitahuan, atau motivasi semata-mata tetapi mengandung unsur pendidikan.

4. **Memotivasi (*Motivating*)**

Tujuan strategi komunikasi sebagai motivasi maksudnya adalah sebagai seorang komunikator maka harus mengusahakan agar informasi yang disampaikan memberi motivasi bagi masyarakat.

5. **Mendukung pembuatan keputusan (*Supporting Decision Making*)**

Dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dikategorisasi, dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat dijadikan informasi utama bagi pembuat keputusan.¹²

¹² *Ibid.*, hlm. 249.

C. Unsur –Unsur Komunikasi

Komunikasi hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya unsur –unsur komunikasi atau komponen komunikasi diantaranya adalah¹³:

1. Komunikator

Komunikator disebut juga pengirim (*sender*) adalah orang yang menyampaikan isi pesan kepada komunikan. Komunikator bisa perseorangan, kelompok, atau organisasi.¹⁴ Komunikator ketika mengirim pesan tentunya memiliki motif dan tujuan. Ada yang menyebut pengirim pesan dengan istilah “sumber”.

2. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.¹⁵

Pesan pada dasarnya bersifat abstrak dan untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, pesan dapat berupa suara, lambang, gerak-gerik, bahasa lisan dan bahasa tulisan. Suara, lambang dan gerak-gerik lazim digolongkan dalam

¹³Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2011), hlm. 22.

¹⁴Khaerul Umam, *Manajemen Organisasi*, (Bandung : Pustaka Setia, 2012), hlm. 159.

¹⁵Hafied Cangara, *Op.cit.*, hlm. 24.

pesan non-verbal sedangkan bahasa lisan dan bahasa tulisan dikelompokkan dalam pesan verbal. Hal yang penting adalah pesan yang disampaikan dapat dimengerti dan dipahami oleh komunikan.¹⁶

Agar pesan yang disampaikan komunikator pada komunikan bisa diterima dengan baik maka harus memperhatikan komponen isi pesan sebagai berikut:¹⁷

- a. Pesan harus cukup jelas, bahasa yang digunakan mudah dipahami dan tidak berbelit-belit.
- b. Pesan itu mengandung kebenaran, berdasarkan fakta, tidak mengada-ngada dan tidak meragukan.
- c. Pesan itu ringkas. Ringkas dan padat serta disusun dengan kalimat pendek tanpa mengurangi arti sesungguhnya.
- d. Pesan itu nyata, dapat dipertanggungjawabkan berdasarkan fakta dan data yang ada.
- e. Pesan itu lengkap dan disusun secara sistematis
- f. Pesan itu menarik dan meyakinkan. Menarik karena bertautan dengan dirinya sendiri. Menarik dan meyakinkan karena logis.
- g. Pesan harus disampaikan dengan sopan. Harus diperhitungkan kadar kepribadian, kebiasaan pola hidup dan nilai-nilai komunikan.

Walaupun pesan yang disampaikan sesuai dengan komponen tersebut, pesan terkadang tidak sampai pada tujuan atau tidak diterima pada tujuam, karena penerima pesan tidak siap.

3. Saluran

Saluran komunikasi merupakan sarana untuk memindahkan pesan dari komunikator kepada komunikan. Dalam komunikasi, semua pesan yang dikirimkan melalau saluran/media, bisa

¹⁶Pandi Afandi, *Concept & Indicator Human Resources Management For Managemen Research*, (Yogyakarta : Deepublish, 2016), hlm. 38.

¹⁷Khoirul Muslimin & Maswan, *Kecemasan Komunikasi Mengatasi Cemas Berkomunikasi di Depan Publik*, (Yogyakarta :Lingkar Media, 2017), cet. I. hlm. 10-11.

menggunakan buku, e-mail, atau telepon.¹⁸ Media tidak selalu diperlukan oleh komunikator. Artinya, komunikasi dapat dilakukan secara langsung tanpa medium, sehingga isi pesan komunikator sampai kepada komunikan tanpa melalui media. Proses komunikasi ini disebut sebagai komunikasi langsung.¹⁹

4. Penerima

Penerima ialah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima. Penerima bisa disebut dengan berbagai macam sebutan, antara lain khalayak, sasaran, target, adopter, komunikan.²⁰

5. Efek

Efek adalah reaksi, respon atau tanggapan yang diberikan oleh komunikan ketika komunikator menyampaikan pesan dalam proses komunikasi.

Efek dapat berbentuk verbal, non verbal, atau keduanya. Efek dapat bersifat kognitif, afektif, dan konatif. Dalam komunikasi efek yang diberikan oleh komunikator dapat diketahui atau tidak diketahui secara langsung oleh komunikator. Jika efek tersebut diketahui secara langsung oleh komunikator, maka efek ini berfungsi sebagai umpan balik (*feedback*).²¹

¹⁸Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta : Kencana, 2011), hlm. 40.

¹⁹Khaerul Umam, *Manajemen Organisasi*, (Bandung : Pustaka Setia, 2012), hlm. 160.

²⁰Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), hlm. 35.

²¹Umar Farouk Zuhdi, *Komunikasi Bisnis Pemahaman Secara Mudah*, (Yogyakarta : Wahana Totalita, 2011), hlm. 24.

D. Jenis- Jenis Komunikasi

Komunikasi digunakan untuk meningkatkan keaktifan hubungan manusia atau kelompok. Bentuk komunikasi dibagi menjadi dua yaitu komunikasi verbal dan komunikasi non verbal.²² Komunikasi verbal yaitu komunikasi lisan atau tertulis yang dilakukan melalui percakapan dalam kegiatan sehari-hari. Komunikasi non-verbal yaitu komunikasi seperti gerak tubuh dan reaksi wajah.

1. Koomunikasi Verbal

Komunikasi verbal (*verbal communications*) merupakan salah satu bentuk komunikasi yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam bisnis untuk menyampaikan pesan-pesan kepada pihak lain baik secara tertulis maupun lisan.²³ dalam komunikasi verbal, suara dan bahasa menjadi tekanan utama untuk berkomunikasi. Audiens akan mendengar atau tidak, sangat ditentukan oleh bahasa dan suara orang yang berbicara.²⁴

Komunikasi verbal pada dasarnya sama dengan kemampuan berbahasa. setiap kemampuan bahasa seseorang mempunyai empat unsur penting yang tidak dapat diabaikan, yaitu mendengarkan, berbicara, membaca dan menulis.²⁵

²²Khoirul Muslimin & Maswan, *Kecemasan Komunikasi Mengatasi Cemas Berkomunikasi di Depan Publik*, (Yogyakarta : Lingkar Media, 2017), cet. I. hlm. 18.

²³Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, (Jakarta : Erlangga, 2006), cet III, hlm. 5.

²⁴Daniel Rondo (editor), *Prosiding Seminar Khotbah Kontemporer*, (Makasar : Sekolah Tinggi Theologia Jaffary, 2005), hlm. 83.

²⁵Khoirul Muslimin & Maswan, *lok.cit.*, hlm. 19.

Kelancaran berkomunikasi dalam bentuk verbal bagi seseorang berbeda-beda, hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya:

a. Faktor pengetahuan

Semakin luas pengetahuan yang dimiliki seseorang, semakin banyak pembendaharaan kata yang dapat memberikan dorongan baginya untuk berbicara lebih lancar.²⁶

b. Faktir pengalaman

Makin banyak pengalaman yang dimiliki seseorang, maka terbiasa ia menghadapi sesuatu. Orang yang sering bicara dengan orang lain, individu atau masa, akan dapat lancar berbicara dalam keadaan apapun dan dengan siapapun.

c. Faktor intellegensi

Orang yang memiliki intellegensi yang tinggi biasanya memiliki banyak pembendaharaan kata, dan orang yang intellegensinya rendah, biasanya kurang lancar dalam berbicara, karena kurangnya pembendaharaan kata dan bahasa yang baik. Cara bicaranya terputus-putus, bahkan antara kata yang satu dengan lainnya kurang memiliki relevansi.

d. Faktor kepribadian

Orang yang memiliki sifat pemalu, pendiam dan kurang pergaulan, biasanya kurang lancara berbicara pada orang lain. Ia tidak memiliki pengetahuan yang luas karena kurangnya pergaulan tersebut.

²⁶Khaerul Umam, *Manajemen Organisasi*, (Bandung : Pustaka Setia, 2012), hlm. 176-177.

e. Faktor biologis

Kelumpuhan organ berbicara dapat menimbulkan kelainan-kelainan, seperti:

1. Sulit mengatakan kata desis (*lisp*ing), karena ada kelainan pada rahang, bibir dan gigi.
2. Berbicara tidak jelas (*slur*ing), yang disebabkan oleh bibir (sumbing), rahang lidah tidak aktif.
3. Berbicara ragu-ragu, gagap yang disebabkan tidak bisa berbicara dengan orang banyak, sifat pemalu.²⁷

2. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal merupakan cara berkomunikasi yang dilakukan seseorang kepada orang lain melalui ekspresi wajah, nada suara, gerakan anggota tubuh, kontak mata, pola atau perubahan dan tindakan-tindakan nonverbal lain yang tidak menggunakan kata-kata lisan untuk bertukar makna agar mendapat umpan balik.²⁸

Komunikasi non verbal menempati porsi penting. Banyak komunikasi verbal tidak efektif hanya karna komunikatornya tidak menggunakan komunikasi non verbal dengan baik dalam waktu bersama. Kaitanya dengan dunia bisnis, komunikasi non verbal bisa membantu komunikator untuk lebih memperkuat pesan yang disampaikan sekaligus memahami reaksi komunikasi saat menerima pesan.

²⁷*Ibid.*, hlm. 20.

²⁸Alo Liliwari, *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antarbudaya*, (Yogyakarta : Lkis Pelangi Aksara, 2002), cet I, hlm. 176.

Menurut Mark L. Knapp, menyebut lima fungsi pesan non verbal yang dihubungkan dengan pesan verbal:²⁹

- a. Repitasi, yaitu mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal. Misalnya setelah mengatakan penolakan, saya menggelengkan kepala.
- b. Subtinasi, yaitu menggantikan lambang-lambang verbal. Misalnya tanpa sepatah katapun kita berbicara, kita menunjukkan persetujuan dengan mengangguk-anggukkan kepala.
- c. Kontradiksi, menolak pesan verbal atau memberi makna lain. Misalnya memuji prestasi teman dengan mencibirkan bibir, seraya berkata “Hebat, kau memang hebat”.
- d. Komplemen, melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal.
- e. Aksentuasi, yaitu menegaskan pesan verbal atau menggaris bawahinya. Misalnya mengungkapkan betapa jengkelnya dengan memukul meja.³⁰

E. Gangguan dalam Komunikasi

Melakukan komunikasi secara efektif tidaklah mudah. Ada beberapa hal yang menjadi salah satu gangguan dalam menyampaikan komunikasi. Hal ini terjadi jika terdapat intervensi yang mengganggu salah satu komponen komunikasi, sehingga proses komunikasi tidak dapat berlangsung secara efektif. Dalam proses komunikasi gangguang (*noise*)

²⁹Ngalimun, *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2017), hlm. 52.

³⁰*Ibid.*

dapat mengurangi lancarnya proses komunikasi³¹. Gangguan atau hambatan tersebut yaitu:

1. Hambatan dari Proses Komunikasi

- a. Hambatan dari pengirim pesan, misalnya pesan yang akan disampaikan belum jelas bagi dirinya ataupun pengirim pesan.
- b. Hambatan dalam simbol/penyandian. Hal ini dapat terjadi karena bahasa yang dipergunakan tidak jelas sehingga mempunyai arti lebih dari satu, simbol yang digunakan antara pengirim dengan penerima tidak sama atau bahasa yang dipergunakan terlalu sulit.
- c. Hambatan Media, adalah hambatan yang terjadi dalam penggunaan media komunikasi.
- d. Hambatan dari penerima pesan, misalnya kurangnya perhatian pada saat menerima/mendengarkan pesan.³²

2. Hambatan Fisik

Hambatan fisik ialah hambatan yang disebabkan karena kondisi geografis misalnya jarak yang jauh sehingga sulit dicapai, dalam komunikasi antarmanusia, hambatan fisik bisa juga diartikan karena adanya gangguan organik, yakni tidak berfungsinya salah satu pancaindra pada penerima.³³

³¹Umar Farouk Zuhdi, *Komunikasi Bisnis Pemahaman Secara Mudah*, (Yogyakarta : Wahana Totalita, 2011), hlm. 30.

³²Siti Rahma Nurdianti, “Analisis Faktor-Faktor Hambatan Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Keluarga Berencana Pada Masyarakat Kebon Agung Samarinda”, (Ejournal.Ilm Komunikasi.FISIP-UNMUL, Vol. 2, No. 2, 2014), hlm. 149.

³³Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), cet. 12, hlm. 157.

3. Gangguan Psikologis

Gangguan yang terjadi karena adanya persoalan yang timbul dalam diri individu. Misalnya perasaan curiga penerima kepada sumber, situasi berduka atau karena gangguan kejiwaan sehingga dalam pengiriman dan penerimaan informasi tidak sempurna.³⁴

4. Gangguan Semantik

Gangguan semantik ialah gangguan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan. Gangguan semantik sering terjadi karena beberapa hal :

- a. Kata kata yang digunakan terlalu banyak memakai jargon bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh khalayak tertentu.
- b. Bahasa yang digunakan pembicara berbeda dengan bahasa yang digunakan oleh penerima.
- c. Struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan penerima.
- d. Latar belakang budaya yang menyebabkan salah persepsi terhadap simbol -simbol bahasa yang digunakan.³⁵

³⁴*Ibid.*, hlm. 38.

³⁵*Ibid.*, hlm. 156.