

## Kecakapan Antar Personal

---

(Digunakan di lingkungan sendiri, sebagai buku ajar  
mata kuliah Kecakapan Antar Personal)



**Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer**  
**Program Studi Sistem Informasi**  
**Universitas Komputer Indonesia**

## 1 Pertemuan 1

1.1 Mengetahui pengertian mata kuliah yang diberikan, aturan perkuliahan, dan silabus.

### 1.1.1 Sistem Perkuliahan

- a. Perkuliahan diselenggarakan 14 kali pertemuan (2 SKS)
- b. Wajib kehadiran Mahasiswa 80% (-3 kali tidak masuk)
- c. Materi perkuliahan akan diberikan salinannya kepada Mahasiswa
- d. Mahasiswa dianjurkan membawa flashdisk
- e. Batas keterlambatan 15 menit setelah perkuliahan dimulai
- f. Mahasiswa diperbolehkan berkonsultasi dengan dosen; mengenai materi perkuliahan secara personal atau kelompok di luar jam perkuliahan (tatap muka; via email; kuliah online)
- g. Mengikuti tata tertib kelas
- h. Tidak diperbolehkan menggunakan perangkat komunikasi selama perkuliahan (setting silent/vibrate)
- i. Bersikap sopan dan tidak mengganggu keberlangsungan perkuliahan
- j. Tersedia waktu Shalat bagi yang beragama Islam.

### 1.1.2 Ruang Lingkup Matakuliah

Kecakapan antar personal adalah ketrampilan untuk mengenali & merespon secara layak : perasaan, sikap dan perilaku, motivasi serta keinginan orang lain .Sedangkan menurut Griffin ,kecakapan antar personal adalah Kemampuan manajer untuk memahami, memotivasi dan berkomunikasi dengan individu & kelompok.

### 1.1.3 Sasaran

- Memahami kebutuhan manusia atau orang lain
- Berkomunikasi dengan orang lain
- Mengerti keinginan atau cir khas orang lain

### 1.1.4 Tujuan

- Menguasai kemampuan dan keterampilan dalam mengenal orang lain
- Menguasai kemampuan dan keterampilan dalam mengenal diri sendiri.
- Mengekspresikan diri secara jelas, bagaimana menyampaikan maksud, pesan, bernegosiasi, menyelesaikan konflik, merespon, dll.

## 2 Pertemuan 2

### 2.1 Memberikan konsep dasar komunikasi

Pada dasarnya komponen komunikasi ada lima, yaitu sbb:

- a. Pengirim pesan adalah individu atau orang yang mengirim pesan.
- b. Pesan adalah informasi yang akan disampaikan oleh pengirim.
- c. Saluran adalah cara yang digunakan untuk menyampaikan pesan.

Antara lain:

- Channel merupakan gelombang suara dan cahaya diudara yang berfungsi sebagai saluran. Contohnya, apabila dua orang berbicara tatap muka, gelombang suara dan cahaya diudara berfungsi sebagai saluran atau apabila pembicaraan itu melalui surat, gelombang cahaya sebagai saluran yang memungkinkan kita melihat huruf pada surat tersebut.
- Buku, surat kabar, film, dan televisi merupakan alat untuk menyampaikan pesan, tetapi saluran pokoknya tetap gelombang suara dan cahaya.
- Alat indra, seperti indra penciuman, indra perasa, dan indra peraba.

d. Penerima pesan adalah orang yang menerima pesan, menganalisis, serta menginterpretasikan isi pesan yang diterima.

e. Umpan balik (feedback) adalah respons terhadap pesan yang diterima dari pengirim pesan. Umpan balik ini membantu memberikan kejelasan kepada pengirim bahwa pesan yang dikirim dapat diterima oleh penerima atau sebaliknya.

#### 2.1.1 Sejarah dan definisi komunikasi.

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Yunani *commune* (percakapan atau pergaulan) dan *communio* (bersama). Menurut KBBI istilah komunikasi mengacu pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan.

Berikut beberapa definisi komunikasi yang dikemukakan orang dan para ahli untuk memberikan batasan arti komunikasi. Pada dasarnya definisi komunikasi harus dilihat dari kemanfaatannya untuk menjelaskan permasalahan yang di definisikan.

1. Menurut Wikipedia Bahasa Indonesia (ensiklopedia bebas), komunikasi adalah penyampaian informasi (pesan, ide, dan gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling memengaruhi diantara keduanya.

2. Defenisi komunikasi menurut beberapa ahli antara lain :
- Hovland, anis, dan Kelley (Forsdale, 1981), *“communication is the process by which an individual transmits stimully (usually verbal) to modify the behavior of the individuals”*, arti komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain.
  - Louis Forsdale (1981), ahli komunikasi dan pendidikan, *“communication is the process by which a system is established, maintained, altered by means of shared signals that operate according to rules”*, arti komunikasi adalah suatu proses memberikan sinyal menurut aturan tertentu sehingga dengan cara ini system dapat didirikan, dipelihara, dan diubah.
  - Menurut Brent D. Ruben (1988), komunikasi manusia adalah suatu proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi, serta dalam masyarakat menciptakan dan mengirimkan maupun menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dan orang lain. Pengertian organisasi tersebut tidak hanya bersifat fakta tapi juga fiksi, humor, atau bujukan. Berdasarkan defenisi tersebut terlihat bahwa tujuan komunikasi adalah memengaruhi tingkah laku orang lain.
  - Menurut William J. Sellar (1988), Komunikasi adalah proses yang mana symbol verbal dan nonverbal dikirimkan dan diterima serta diberi arti.

### 2.1.2 Teori-teori komunikasi- Ketrampilan berkomunikasi

Dalam perkembangannya, banyak para ahli yang mendefinisikan mengenai teori komunikasi. Salah satu yang sering menjadi rujukan adalah pendapat **Borman**, ia berpendapat bahwa teori komunikasi adalah suatu istilah atau perkataan yang merupakan seluruh perbincangan dan analisis dan dibuat secara berhati-hati, sistematis dan sadar. Selain Borman, **Little John** juga merupakan ilmuwan yang tertarik pada studi ini. Menurutnya, teori komunikasi merupakan sutu teori atau pemikiran kolektif. Di dalamnya, terdapat keseluruhan teori terutama yang berkaitan tentang proses komunikasi.

Sementara itu **Cargan dan Shield** berpendapat bahwa teori komunikasi adalah hubungan diantara konsep teoritikal yang memberi secara keseluruhan maupun sebagian keterangan, penjelasan, peilanian, maupun perkiraan tindakan manusia berdasarkan komunikator (orang) yang berkomunikasi (berbicara, membaca, mendengar, menonton) untuk jangka waktu tertentu melalui media (perantara).

### **Jenis-Jenis Teori Komunikasi**

Perkembangan teori komunikasi merupakan studi yang berkembang pesat dibandingkan dengan studi lain. Para ahli pun banyak yang memberikan sumbangsih pada studi ini, sehingga mengakibatkan cangkupan studi ini menjadi begitu luas sebagai timbal balik dari berbagai jenis teori komunikasi yang ditemukan. Berikut penjelasan mengenai jenis-jenis teori komunikasi menurut ahli.

#### **1. Teori Komunikasi Lasswell**

*Harold Lasswell*, Teoritikus ternama yang banyak menyumbangkan ide dan fikirannya terkait cabang ilmu sosial dan komunikasi. Di tahun 1948, Ia mengemukakan model komunikasi yang sederhana dan hingga kini masih diterapkan sebagai model komunikasi dasar. Model tersebut yakni :  
Siapa (Who) – Berbicara apa (Says What) – Dengan media apa (In Which Channel) – Kepada Siapa (To Whom) – Dan dengan Efek apa (With What Effect)

#### **2. Teori Komunikasi Behaviorisme**

Jenis teori komunikasi yang satu ini mungkin sangat sering anda dengar. Teori ini dikembangkan oleh ilmuan asal Amerika Serikat bernama *Jhon B. Watson* (1878 – 1958). Menurutnya Teori Behaviorisme ini mencakup semua perilaku, termasuk tindakan balasan atau respon terhadap suatu rangsangan atau stimulus. Artinya bahwa selalu ada kaitan antara stimulus dengan respon pada perilaku manusia. Jika suatu stimulus atau rangsangan yang diterima seseorang telah teramati, maka dapat diprediksikan pula respon dari orang tersebut.

#### **3. Teori Komunikasi Humanisme**

Teori ini dikembangkan oleh *Neneil* (1977) yang diilhami oleh perkembangan psikologi humanisme. Komunikasi humanisme pernah diimplementasikan dalam dunia pendidikan melalui

Humanistic curriculum. Isi teori lebih menekankan pada pembagian pengawasan dan tanggung jawab bersama antar peserta didik. Dengan harapan, nantinya peserta didik dapat menyesuaikan dalam kehidupan masyarakat.

#### **4. Teori Informatif**

Teori ini dikembangkan oleh *Sannon* dan *Weaver* (1949). Teori informasi merupakan salah satu teori klasik, dimana teori ini menitikberatkan pada komunikasi sebagai suatu transmisi pesan dan bagaimana transmitter menggunakan media dalam berkomunikasi. Dalam hal ini, jika sinyal media yang digunakan baik, maka komunikasi akan berjalan efektif, begitu pula sebaliknya. Apabila sinyal media tidak baik, maka komunikasi tidak akan berjalan dengan lancar.

#### **5. Teori *Uses and Gratifications* (Penggunaan dan Kepuasan)**

Teori ini dikembangkan oleh *Blummer* dan *Kutz* (1974). Mereka berpendapat bahwa pengguna media memiliki peran aktif dalam memilih media yang digunakannya. Sehingga, pengguna media dapat dikatakan sebagai pihak utama dalam suatu proses komunikasi. Dalam hal ini, pengguna mempunyai pilihan untuk menentukan media yang sesuai dengan kebutuhannya.

#### **6. Teori *Agenda Setting***

Teori ini dikembangkan oleh *Mc combs* dan *Shaw* (1972). Teori *Agenda Setting* beranggapan apabila media memberikan tekanan pada suatu peristiwa maka, media tersebut akan membuat masyarakat menganggap peristiwa itu penting. Dalam hal ini, media mempunyai efek yang sangat kuat dalam mempengaruhi asumsi masyarakat. Sehingga akan muncul asumsi bahwa apa yang dianggap penting oleh media akan dianggap penting oleh masyarakat.

#### **7. Teori Konstruktivisme**

*Piaget* dan *Vigotski* adalah dua nama yang selalu dikaitkan dengan teori ini. Teori konstruktivisme beranggapan bahwa manusia selalu memiliki pandangan sendiri terhadap kenyataan, Mereka senantiasa mencari dan mempelajari untuk menemukan bahasa pertama dan kedua. Di sisi lain, teori ini juga didefinisikan sebagai pembelajaran generatif. Pembelajaran

yang merupakan suatu tindakan untuk menciptakan suatu makna dari apa yang telah dipelajari.

### **8. Teori Nativisme**

*Chomsky* dan *Hadley* (1993) adalah tokoh pendukung teori nativisme. Teori ini berpandangan bahwa manusia satu-satunya makhluk Tuhan yang dapat berkomunikasi melalui verbal. Disisi lain, bahasa merupakan suatu yang kompleks, oleh karenanya manusia senantiasa belajar untuk dapat berkomunikasi dengan makhluk Tuhan yang lain.

### **9. Teori Sibernetik**

*Wiener* (1945) adalah tokoh dibalik teori ini. Teori ini tergolong teori baru sejalan dengan berkembangnya teknologi informasi dan ilmu sosial. Teori sibernetik merupakan suatu sistem pengontrol yang didasarkan pada komunikasi, antara sistem dengan lingkungan dan antar sistem itu sendiri. Pengontrol dari sistem berfungsi dalam memperhatikan lingkungan. Penerapan teori sibernetik biasanya diperuntukkan kepada siswa agar mencapai hasil yang efektif.

### **10. Teori Kognitivisme**

Teori kognitivisme mengedepankan proses belajar dibandingkan dengan hasil proses itu sendiri. Belajar tidak hanya sekedar melibatkan hubungan antara stimulus dan respon. Tetapi juga melibatkan proses berfikir yang kompleks. Lebih dari itu, belajar merupakan proses perubahan persepsi dan pemahaman. Menurut aliran ini kita belajar didasarkan atas kemampuan kita menafsirkan peristiwa atau kejadian dalam suatu lingkungan. Dimana proses belajar tersebut terdapat empat tahapan yaitu Asimilasi, Akomodasi, Disquilibari, dan Equilibrisasi.

### **11. Teori Ketergantungan**

Teori ini dikemukakan oleh *Sandra Ball-Rokeach* dan *Malvin DeFluer* (1976). Fokus dari teori ini terletak pada kondisi struktural yang ada dimasyarakat. Fokus ini sangat cenderung mudah untuk dipengaruhi oleh media massa. Teori ini dapat disematkan pada komunitas masyarakat modern, dimana pada masyarakat modern, media massa dianggap suatu hal yang sangat penting dalam mencapai tujuan beberapa proses. Di antaranya yaitu proses memelihara, perubahan, serta konflik

dalam tataran masyarakat dan masalah perorangan dalam suatu aktivasi sosial.

### **12. Teori Inokulasi**

Teori ini pada mulanya disampaikan oleh *Mc Guaire*, dimana inokulasi dapat pula disebut sebagai suntikan yang mengambil analogi pada ilmu medis. Ibaratkan orang yang tidak siap menahan penyakit maka dia harus disuntikan vaksin untuk memperkuat daya tahan tubuhnya. Teori ini mengemukakan bahwa lebih baik membekali terbujuk dengan argumen sanggahan daripada membiarkannya tidak siap menyangkal perspektif lawan.

### **13. Teori Kultivasi**

Teori kultivasi merupakan teori komunikasi yang membahas mengenai efek dari komunikasi masa. Pandangan dari teori ini adalah bahwa media masa memiliki efek yang bersifat kumulatif dan lebih berdampak pada tataran sosial budaya dalam masyarakat dari pada personal seseorang. Teori ini di kembangkan oleh *George Gabner*.

### **14. Teori *Spiral Of Silence* (Spiral Keheningan)**

Teori ini berkaitan dengan bagaimana terbentuknya suatu pendapat umum dalam masyarakat. *Spiral of Silence* menjelaskan bahwa terbentuknya pendapat umum dalam masyarakat di tentukan oleh proses saling mempengaruhi antara komunikasi massa, komunikasi antar pribadi, dan persepsi masing-masing individu serta hubungannya dengan pendapat orang lain dalam masyarakat. Teori ini di kembangkan oleh *Elizabeth Noelle* dan *Neuman* (1976).

### **15. Teori Norma dan Budaya**

Teori ini beranjak dari pada pengaruh media massa yang kuat mengenai suatu hal. Hal tersebut dapat mempengaruhi kondisi sosial budaya dalam masyarakat. Pesan dari media massa mampu mengubah norma yang sudah ada dalam masyarakat, disisi lain juga mampu memperkuat norma yang ada dalam masyarakat. Lebih dari itu, mampu menciptakan norma baru dalam masyarakat.



## 16. Teori Belajar Sosial

Teori ini dicetuskan oleh *Bandura* (1925). Ia mengemukakan bahwa perilaku manusia dalam konteks sebuah interaksi tingkah laku terdapat hubungan timbal baik yang saling berkesinambungan. Interaksi terjadi antara perilaku kognitif dan pengaruh lingkungan. Pengalaman melalui observasi dan pengamatan terhadap suatu pesan yang disampaikan menjadi suatu hal yang penting dalam teori ini.

Dalam teori ini, terdapat empat tahapan, pertama pembelajaran sosial terjadi atas adanya perhatian dari individu. Kedua, pembelajaran sosial dilakukan melalui ingatan. Ketiga, pembelajaran sosial dilakukan melalui tindakan, serta terakhir yaitu pembelajaran sosial dilakukan atas dasar motivasi dari masing-masing individu.

## 17. Teori Dependensi Efek Komunikasi Massa

Teori ini merupakan salah satu teori dari komunikasi massa. Dependensi efek komunikasi massa beranggapan bahwa kepercayaan individu kepada media akan berkembang apabila kebutuhan informasional yang tidak dapat ditemukan dalam pengalaman langsung terpenuhi. Massa dinilai bergantung pada media untuk mencapai tujuan. Ini merupakan pendekatan konsisten dengan gagasan dasar dari model penggunaan.

Little John, menilai ketergantungan seseorang dinilai dari jumlah dan sentralitas tentang fungsi informasi yang disajikan, serta stabilitas sosial. Semakin penting media terhadap individu, semakin tinggi pula nilai dari media tersebut.

## 18. Teori Birokrasi

Teori birokrasi digunakan untuk komunikasi organisasi. *Max Weber* (1948), mengungkapkan bahwa model birokrasi sering kali dipakai untuk mencapai komunikasi organisasi yang efektif. Menurut Weber, ada delapan karakteristik struktural terkait birokrasi organisasi, yaitu :

- Terdapat aturan dan prosedur sesuai standar.
- Mampu meminimalisir pekerjaan yang sulit.
- Hierarchy organisasi yang terstruktur.
- Kemampuan anggota yang mumpuni.
- Memiliki kemampuan Multi – tasking.
- Profesionalitas yang tinggi.
- Uraian tugas yang terstruktur dan teratur.

### **19. Teori Analisis Transaksional**

Analisis transaksional merupakan pendekatan Psychotherapy yang menekankan hubungan interaksional. Transaksional sendiri dimaksudkan sebagai hubungan komunikasi antar individu. Teori ini digunakan untuk mengetahui bentuk dan isi pesan yang tersampaikan dalam suatu komunikasi.

Analisis ini bertujuan mengetahui tingkat keefektifan komunikasi yang terjalin antara individu. *Eric Berne* (1960), adalah pengembang teori analisis ini yang dinilai cocok untuk digunakan dalam konseling kelompok.

### **20. Teori Pengharapan Nilai**

Teori ini merupakan bagian dari teori komunikasi massa. Teori pengharapan nilai bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media terhadap massa dinilai dari kepentingan penggunaannya. Sikap seseorang terhadap segmen – segmen media ditentukan dari evaluasi dan prespektif mereka terhadap media tersebut. Teori ini merupakan turunan dari Teori Uses and Gratifications.

### **21. Teori Struktural Fungsional**

Teori ini merupakan bangunan paling dasar dari ilmu sosial. Beberapa tokoh yang mencetuskan teori ini diantaranya *August Comte*, *Emile Durkheim*, dan *Herbert Spencer*. Pemikiran struktural fungsional dipengaruhi oleh pemikiran biologis yang menganggap masyarakat yang saling ketergantungan akibat konsekuensi dari bertahan hidup. Tujuan dari teori ini adalah mencapai keteraturan sosial.

### **22. Teori Difusi Inovasi**

Teori ini menjelaskan bagaimana suatu inovasi disampaikan melalui saluran – saluran tertentu kepada sekelompok anggota dari sistem sosial. *Rogers* (1961) menjelaskan bahwa “difusi adalah suatu bentuk komunikasi yang bersifat khusus dan berkaitan dengan penyebaran beberapa pesan berisi gagasan – gagasan baru. Teori ini sering dikaitkan dengan proses pembangunan masyarakat.

### **23. Teori Sikap (*Standpoint*)**

*Harding* dan *Wood*, dua teoritikus ini menjelaskan bahwa salah satu cara terbaik untuk mengetahui bagaimana keadaan dunia dimulai dari sikap atau sudut pandang wanita. *Standpoint* sendiri adalah sebuah tempat untuk memandang dunia sekitar. Dunia tersebut menjadi fokus perhatian dibandingkan fitur lainnya. *Standpoint* memiliki makna yang tidak jauh berbeda dari perspektif. Menurut *Harding*, fokus bahasa dari *standpoint* adalah kaum wanita yang cenderung termarginalisasi. Oleh karena itu, teori ini merupakan turunan dari teori feminisme.

### **24. Teori Komunikasi Dua Tahap**

Teori ini didasari oleh penelitian yang dilakukan oleh *Paul Lazarsfeld* dan teoritikus lainnya. Teori Komunikasi dua tahap membahas mengenai efek media massa dan pertama kali diterapkan dan kampanye pemilihan umum 1940. Studi ini memiliki asumsi bahwa proses stimulus bekerja dalam menghasilkan efek ke media massa.

### **25. Teori Komunikasi Administrasi**

Teori komunikasi administrasi adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan secara timbal balik antar anggota. Teori ini dimaksudkan dengan tujuan untuk menumbuhkan rasa saling pengertian dalam rangka mencapai tujuan organisasi dengan efektif dan efisien. Fungsi dari penerapan teori ini adalah untuk menjaga stabilitas informasi agar tercipta penyesuaian sikap yang memadai antar bagian dalam organisasi.

### **26. Teori *Connectionism* (*Thorndike*)**

Teori ini disebut juga dengan teori *Trial and Error*. Menurut teori ini, masing – masing organisme apabila bertemu dengan situasi yang baru akan melakukan beberapa tindakan yang bersifat coba-coba secara terus menerus. Kemudian, jika dalam usaha coba coba tersebut secara tidak sengaja timbul perbuatan yang dirasa memenuhi situasi, maka perbuatan tersebut akan terus diterapkan sebagai salah satu tindakan yang dinilai cocok dalam situasi tersebut. Dengan percobaan yang dilakukan secara berkelanjutan, maka perbuatan tersebut menjadi suatu kebiasaan dan semakin efisien untuk diterapkan.

Kemudian, berikut proses belajar menurut *Thorndike*, yaitu *Law of Effect*

### ***Law of Effect***

Proses ini merupakan bentuk tingkah laku yang memberi kepuasan sesuai tuntutan situasi yang ada. Kemudian, tingkah laku tersebut akan selalu diingat dan dipelajari dalam kurun waktu yang lama. Sebaliknya, semua tingkah laku yang memberi dampak negatif perlahan akan ditinggalkan. Proses tingkah laku ini terjadi secara alamiah. Dan juga, dapat dilatih berdasarkan syarat-syarat yang berlaku.

Kemudian, Thorndike memiliki pandangan bahwa organisme adalah suatu mekanismus. Ia hanya akan melakukan gerakan atau tindakan apabila terdapat rangsangan yang memiliki pengaruh terhadap dirinya. Gerakan tersebut terjadi secara otomatis. Terjadinya otomatisme menurut Thorndike dikarenakan adanya *law of effect*.

Kemudian, dalam kehidupan sehari-hari, *law of effect* dapat dilihat saat pemberian penghargaan atau ganjaran, dan juga pemberian hukuman dalam pendidikan. Karena adanya *law of effect*, timbul reaksi antara hubungan (connection) atau asosiasi antara tingkah laku reaksi yang menghasilkan sesuatu yang kemudian disebut dengan dampak atau hasil (effect). Karena, adanya relasi antara reaksi dengan dampaknya itu, maka teori Thorndike disebut juga *Connectionism*.

### **27. Teori *Systematic Behavior* (Hull)**

**Clark C Hull** mendalami teori Thorndike dalam usahanya mengembangkan teori belajar dalam komunikasi. Beberapa prinsip yang digunakan memiliki kesamaan dengan prinsip para behaviorus yang berdasarkan adanya stimulus dan respon serta motivasi.

Teori ini mengungkapkan bahwa suatu kebutuhan atau keadaan terdesak oleh motif tujuan, maksud tertentu, harus dimiliki dalam seseorang yang sedang belajar. Kebutuhan tersebut harus ada sebelum suatu respon yang dapat diperkuat oleh dasar pengurangan kebutuhan. Kemudian, dalam hal efisiensi belajar, tergantung pada besarnya tingkat pengurangan serta kepuasan motif. Lalu timbul usaha belajar dari keberadaan respon tersebut. Di sisi lain, setiap obyek atau situasi dapat memiliki nilai motivasi apabila hal itu berhubungan dengan penurunan terhadap kekurangan pada diri individu tersebut.

## 28. Teori *Operant Conditioning* (Skinner)

Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Skinner (1904-1990). Skinner menganggap penghargaan dan motivasi adalah dua faktor penting dalam pembelajaran. Tak hanya itu, Skinner berpendapat bahwa tujuan psikologi dalam komunikasi adalah untuk mengontrol tingkah laku. Pada teori ini, seorang guru memberikan penghargaan hadiah atau nilai tinggi yang bertujuan agar anak menjadi lebih rajin. Di sisi lain, Operant conditioning merupakan suatu proses pemberian motivasi terhadap suatu perilaku yang kemudian mengakibatkan perilaku tersebut dapat terulang atau menghilang sesuai keinginan. Kemudian, Operant conditing menjamin respon terhadap stimuli. Bila tidak ada tanda – tanda keberadaan stimuli, maka guru tidak bisa membimbing siswa untuk mengarahkan perilakunya. Dalam proses ini, guru mempunyai peran untuk mengontrol dan membimbing siswa dalam suatu proses belajar. Hal ini bertujuan untuk mencapai tujuan belajar yang diinginkan.

Terdapat beberapa Prinsip belajar Skinners, diantaranya:

- Hasil belajar harus segera disampaikan pada siswa. Jika salah dibenarkan jika benar diberi motivasi.
- Proses belajar harus mengikuti pola dari yang belajar. Materi pelajaran digunakan sebagai sistem modul.
- Dalam proses pembelajaran, lebih mementingkan aktivitas sendiri, sedangkan hukuman tidak berlaku. Untuk itu, lingkungan perlu di modifikasi untuk menghindari hukuman.
- Tingkah laku yang sesuai dengan keinginan pendidik layak diberikan penghargaan, dan sebaliknya.
- Dalam pembelajaran menggunakan *shapping*.

## 29. Teori *Classical Conditioning* (Pavlov dan Watson)

Teori ini dikemukakan pertama kali oleh **Ivan Petrovich Pavlo**. Menurut teori ini, belajar merupakan suatu proses perubahan yang terjadi karena adanya *syarat-syarat* (conditions). Kemudian syarat – syarat tersebut akan menimbulkan reaksi atau respon. Lalu, untuk membuat seseorang itu belajar, keberadaan syarat – syarat tersebut dibutuhkan. Di sisi lain, fokus dalam teori ini adalah pembelajaran yang terjadi secara otomatis setelah latihan – latihan yang dilakukan terus menerus.

Beberapa penganut teori ini menjelaskan bahwa segala bentuk tingkah laku manusia adalah hasil daripada *conditioning*. Hasil

tersebut berasal dari latihan atau kebiasaan, yang kemudian bereaksi terhadap rangsangan tertentu dalam kehidupan sehari – hari.

Teori ini juga memiliki kelemahan. Karena teori ini menganggap bahwa belajar hanya terjadi secara otomatis, maka keaktifan dan penentuan pribadi pun diabaikan. Dalam bertindak atau berbuat sesuatu, individu tidak semata – mata mengandalkan pengaruh dari luar. kepribadian juga memiliki peranan penting dalam memilih atau menentukan perbuatan dan reaksi apa yang akan dilakukannya.

### **30. Teori *Standpoint* (Sikap)**

Teori ini menilai bahwa pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki individu, sebagian besar dibentuk oleh kelompok sosial dimana mereka cenderung aktif berkomunikasi. Teori ini dikemukakan oleh **Wood, J. T.** (1982), dalam **West, R., & Turner, L. H.**, (2000). Melalui pendapat ini, dapat terlihat kerangka tentang sistematika pengaruh kekuatan untuk pembentuk identitas.

Teori sikap (*standpoint theory-ST*), membentuk kerangka agar dapat memahami sistem kekuasaan. Teori kerangka ini dibangun berdasarkan pengetahuan yang berasal dari kehidupan sehari-hari. Individu-individu adalah konsumen aktif dari realitas. Kemudian, perspektif individu-individu adalah sumber informasi yang terpenting terkait pengenalan terhadap pengalaman mereka (**Riger**,1992). Bahkan, teori ini mengakui bahwa pengalaman, pengetahuan, dan perilaku komunikasi individu sebagian besar terbentuk oleh kelompok sosial dimana individu berpartisipasi.

## **3 Pertemuan 3**

### **3.1 Memberikan konsep dasar komunikasi**

#### **3.1.1 Hambatan Komunikasi- Kontek komunikasi**

Hambatan komunikasi adalah segala sesuatu yang menghalangi atau mengganggu tercapainya komunikasi yang efektif. Hambatan komunikasi dapat mempersulit dalam mengirim pesan yang jelas, mempersulit pemahaman terhadap pesan yang dikirimkan, serta mempersulit dalam memberikan umpan balik yang sesuai.

Secara garis besar, terdapat 4 (empat) jenis hambatan komunikasi yaitu hambatan personal, hambatan fisik, hambatan kultural atau budaya, serta hambatan lingkungan

- **Hambatan personal**

Hambatan personal merupakan hambatan yang terjadi pada peserta komunikasi, baik komunikator maupun komunikan/komunikate. Hambatan personal dalam komunikasi meliputi sikap, emosi, *stereotyping*, prasangka, bias, dan lain-lain.

- **Hambatan kultural atau budaya**

Komunikasi yang kita lakukan dengan orang yang memiliki kebudayaan dan latar belakang yang berbeda mengandung arti bahwa kita harus memahami perbedaan dalam hal nilai-nilai, kepercayaan, dan sikap yang dipegang oleh orang lain.

Hambatan kultural atau budaya mencakup bahasa, kepercayaan dan keyakinan. Hambatan bahasa terjadi ketika orang yang berkomunikasi tidak menggunakan bahasa yang sama, atau tidak memiliki tingkat kemampuan berbahasa yang sama.

Hambatan juga dapat terjadi ketika kita menggunakan tingkat berbahasa yang tidak sesuai atau ketika kita menggunakan jargon atau bahasa “slang” atau “prokem” atau “alay” yang tidak dipahami oleh satu atau lebih orang yang diajak berkomunikasi.

Hal lain yang turut memberikan kontribusi terjadinya hambatan bahasa adalah situasi dimana percakapan terjadi dan bidang pengalaman ataupun kerangka referensi yang dimiliki oleh peserta komunikasi mengenai hal yang menjadi topik pembicaraan.

- **Hambatan fisik**

Beberapa gangguan fisik dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi. Hambatan fisik komunikasi mencakup panggilan telepon, jarak antar individu, dan radio. Hambatan fisik ini pada umumnya dapat diatasi.

- **Hambatan lingkungan**

Tidak semua hambatan komunikasi disebabkan oleh manusia sebagai peserta komunikasi. Terdapat beberapa faktor lingkungan yang turut mempengaruhi proses komunikasi yang efektif. Pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat mengalami rintangan yang dipicu oleh

faktor lingkungan yaitu latar belakang fisik atau situasi dimana komunikasi terjadi. Hambatan lingkungan ini mencakup tingkat aktifitas, tingkat kenyamanan, gangguan, serta waktu.

### 3.1.2 Diri dalam komunikasi- Seni Berkomunikasi

pedoman untuk mendapatkan komunikasi secara efektif antara lain yaitu bahwa seseorang harus mendengarkan secara aktif, usahakan memberikan umpan balik, langsung pada masalah atau inti, menggambarkan situasi, dan meringkas. Proses komunikasi memungkinkan seseorang menjalankan tanggung jawab. Banyak tips diberikan para ahli komunikasi untuk melakukan komunikasi efektif, misalnya gunakan bahasa yang mudah dimengerti, bahasa tubuh yang sesuai, intonasi yang tepat, kontak mata, dan ekspresi wajah yang pas, termasuk menjadi pendengar yang aktif (active listening).

- **Dalam menjalankan seni komunikasi efektif ada yang disebut dengan Formula 7C, Komunikasi efektif mengandung tujuh C berikut ini:**

#### 1. Completeness (Lengkap)

Komunikasi harus lengkap. Artinya dalam menyampaikan semua fakta yang diperlukan oleh penerima semua komunikasi seharusnya lengkap. Dalam dunia jurnalistik, kelengkapan informasi dirumuskan dalam 5W+1H (What, Who, When, Where, Why, How). Hal ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lengkap dari informasi yang disampaikan sehingga mewujudkan sebuah komunikasi yang efektif.

#### 2. Conciseness (Ringkas)

Ringkas dalam hal ini mengandung artian menggunakan sesedikit mungkin kata-kata. Menghindari menggunakan kata-kata yang berlebihan dan tidak perlu. Pesan singkat lebih menarik dan mudah dipahami. Gunakan kalimat seefektif mungkin. Sebagai contoh pada iklan, iklan akan memberikan kesan bagi orang yang melihat ketika pesan yang disampaikan tidak terlalu bertele-tele.

#### 3. Consideration (Penuh Pertimbangan)

Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam mengasah seni berkomunikasi yang efektif adalah memperhatikan



sudut pandang orang lain, pola pikir, tingkat pendidikan, minat, kebutuhan, kepentingan, dan emosinya. Setiap orang akan selalu memiliki latar belakang keadaan, lingkungan, pandangan tersendiri, sehingga kita harus selalu melakukan pertimbangan dengan matang ketika akan memasuki area komunikasi dengan seseorang.

4. Clarity (Jelas)

Hal yang perlu diperhatikan selanjutnya adalah kita harus bisa menggunakan kata-kata yang tepat, bermakna tunggal, dan tidak membingungkan atau menimbulkan persepsi lain. Bahasa yang ambigu akan mengandung persepsi di benak orang lain, kemudian dapat menghambat proses komunikasi karena kesalahpahaman, maka menggunakan kata dengan pilihan diksi yang tepat adalah hal yang harus diperhatikan.

5. Concreteness (Nyata)

Sebuah bentuk komunikasi yang mengandung pesan konkret dapat memperkuat kepercayaan orang yang menjadi lawan kita dalam berkomunikasi. Pesan yang disampaikan secara konkret dengan didukung fakta-fakta spesifik dan angka akan menambah kelengkapan dari kata-perkata yang kita lontarkan dalam berkomunikasi. Satu hal yang sangat berarti adalah bahwa pesan konkret tidak akan disalahtafsirkan.

6. Courtesy (Tata Krama)

Mengenai tata krama pembahsanya adalah bagaimana cara kita dalam menyampaikan pesan ke pihak lain dalam kegiatan berkomunikasi. Pesan disampaikan dengan tulus, sopan, bijak, reflektif, dan antusias, serta mempertimbangkan sudut pandang dan perasaan penerima pesan, termasuk menjaga perasaan dan respek terhadap penerima pesan. Hal ini sangat perlu diperhatikan karena bertata krama akan menimbulkan kesan secara emosional pada orang lain.

7. Correctness (Benar)

Pesan yang disampaikan harus benar dari segi substansi dan dari segi tata bahasa, juga tepat dari sisi waktu dan sasaran. Kesadaran ini perlu diperhatikan menimbang

kebenaran adalah suatu hal yang paling mendasar dari segala sesuatu.

- **Seni komunikasi efektif di dalam kepemimpinan**

selain 7c dan REACH ada beberapa hal yang dapat diterapkan untuk memulai komunikasi yang efektif ketika seseorang berada dalam lingkup duni kepemimpinan, terlepas dari bagaimana cara membuat orang lain mendukung kepemimpinan kita dan menopang segala beban target tugas kita, dan seni yang kita pelajari ini silahkan dipraktekkan secara bertahap dengan konsisten. Berikut merupakan beberapa diantaranya:

1. **Kemampuan Menyimak (Listening)**

Seorang pemimpin wajib menyeimbangkan antara bicara dan menyimak. Ketika kita sedang menyimak atau menjadi seorang pendengar sebenarnya kita sedang “berinvestasi” rasa hormat dari orang tersebut pada diri kita.

Dan salah satu skill atau kemampuan untuk menyimak adalah ‘BERTANYA’ Ketika kita “Bertanya”, sebenarnya KITA sedang membentuk dan memenuhi “internal – needs” mereka. Kita juga sedang membangun hubungan emosional dan mereka akan merasa sangat dihargai.

2. **Kemampuan Memberi Respon**

Seorang pemimpin yang baik atau tidak dilihat dari kemampuan dia memberikan respon yang tepat ketika sedang berkomunikasi dengan orang yang dipimpinya. Seorang pemimpin boleh masrah asalkan respon marah ini pada saat dan situasi yang tepat.

3. **Kemampuan Memecahkan Masalah Bersama**

Respek terbesar yang akan diberikan anak buah terhadap atasan atau pemimpin adalah ketika dia menemui masalah, setelah dia coba dengan segala cara dan tidak berhasil, kemudian atasan mengulurkan tangan untuk sama-sama memecahkan masalah hingga menemukan solusinya. Bukannya temawork adalah sebuah istilah untuk bekerja secara bersama-sama.

#### 4. Bangun Komunikasi Dua Arah

Prinsip yang paling pertama untuk membangun sifat respek pada kita adalah “perlakukan orang lain sebagaimana kita ingin diperlakukan”. Dan prinsip komunikasi yang sangat penting adalah, bangun komunikasi dua arah. Beri kesempatan kepada orang lain yang kita pimpin mengenai pendapat dia tentang hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaannya. Jika ini dilakukan, orang yang kita pimpin menghargai kita sebagai seorang pemimpin berkelas.

### 4 Pertemuan 4

#### 4.1 Memberikan penjelasan mengenai ketrampilan antar personal

Komunikasi merupakan proses pemindahan informasi dan pengertian antara dua orang atau lebih, dimana masing-masing berusaha untuk memberikan arti pada pesan-pesan simbolik yang dikirim melalui suatu media.

Dalam pengertian tersebut, Saya ingin menegaskan dua hal tentang komunikasi. Pertama, komunikasi tidak hanya meliputi dua orang atau lebih saja, tetapi juga melibatkan usaha mereka untuk mengerti bagaimana berhubungan satu sama lain. Kedua, komunikasi menggunakan simbol-simbol, yang dapat berupa gerak tangan, suara, huruf-huruf, angka-angka, dan kata-kata yang mengungkapkan gagasan-gagasan yang dimaksudkan untuk berkomunikasi.

Mengapa keterampilan komunikasi sangat penting bagi para manajer? Sedikitnya ada dua alasan yang sangat penting, yaitu :

- 1) Komunikasi merupakan pilar utama penyelenggaraan fungsi-fungsi manajemen. Proses komunikasi memungkinkan para manajer menunaikan tanggung jawab atas tugas-tugasnya. Informasi harus dikomunikasikan kepada para pemimpin agar mereka memiliki dasar untuk merencanakan. Perencanaan harus dikomunikasikan kepada yang lain dalam rangkaian penyelenggaraan dan penyelesaian kegiatan. Penyelenggaraan membutuhkan adanya komunikasi antar individu mengenai kewajiban-kewajiban yang harus dilaksanakan. Pengendalian membutuhkan adanya komunikasi antara pemimpin dan bawahan tentang bagaimana tujuan-tujuan kelompok kerja dapat dicapai. Demikian pula, komunikasi secara lisan dan tertulis merupakan bagian penting dalam pengawasan.

- 2) Komunikasi merupakan kegiatan yang menyita sebagian besar waktu kerja para manajer. Para manajer menggunakan sebagian besar waktunya untuk berkomunikasi, baik dengan jalan tatap muka maupun melalui telepon. Apabila mereka sedang tidak melakukan pembicaraan, mereka akan menulis atau mendiktekan catatan-catatan, surat-surat, atau laporan-laporan. Kalau tidak, mereka harus membaca catatan-catatan, surat-surat, atau laporan-laporan yang diterima. Dari penjelasan-penjelasan ini tampak sekali ketergantungan fungsi-fungsi manajemen pada proses komunikasi.

#### ELEMEN KOMUNIKASI

Terdapat delapan elemen yang menentukan efektivitas komunikasi, yaitu :

- a. Pengirim, orang-orang yang mengawali suatu komunikasi.
- b. Penerima, orang-orang yang melalui inderanya menerima pesan-pesan dari Pengirim.
- c. Encoding, proses mengubah gagasan atau informasi ke dalam rangkaian simbol atau isyarat. Dalam proses ini, gagasan atau informasi diterjemahkan ke dalam simbol-simbol (biasanya dalam bentuk kata-kata atau isyarat) yang memiliki kesamaan arti dengan simbol-simbol yang dimiliki Penerima.
- d. Pesan, bentuk fisik dari informasi-informasi atau gagasan-gagasan yang telah diubah oleh pengirim. Pesan biasanya diberikan dalam bentuk-bentuk yang dapat dihayati dan ditangkap oleh salah satu indera atau lebih dari penerima. Perkataan dapat didengar, tulisan tangan dapat dibaca, dan isyarat-isyarat tangan dapat dilihat, dan sentuhan tangan dapat dirasakan sebagai ancaman atau kehangatan. Pesan-pesan non-verbal merupakan bentuk yang sangat penting terutama di dalam menekankan arti atau memberikan reaksi-reaksi secara terbuka.
- e. Decoding, proses penterjemahan terhadap pesan-pesan yang dikirim oleh Pengirim kepada Penerima. Proses ini dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman masa lampau, penggunaan interpretasi yang bersifat pribadi terhadap simbol-simbol atau isyarat-isyarat, harapan-harapan, dan saling pengertian dengan Pengirim. Komunikasi lebih efektif dan efisien apabila pesan yang diterjemahkan oleh

penerima seimbang atau sesuai dengan pesan-pesan yang dimaksudkan oleh Pengirim.

- f. Channel, cara/saluran/jalan pengiriman suatu pesan. Hal ini seringkali dapat dipisahkan dari pesan. Agar komunikasi dapat berjalan secara efisien dan efektif, Channel haruslah sesuai dengan pesan yang hendak dikirim.
- g. Noise, faktor pengganggu jalannya komunikasi. Munculnya gangguan ini bisa pada setiap tahap komunikasi.
- h. Feedback (umpan balik), reaksi atau ekspresi Penerima terhadap pesan-pesan yang telah diterimanya, dan dikomunikasikan kepada Pengirim. Dengan adanya umpan balik, Pengirim dapat mengetahui sejauh mana pesan-pesan yang telah dikirimnya bisa diterima oleh Penerima.

#### HAMBATAN KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI

Para peneliti telah mengidentifikasi sejumlah hambatan-hambatan yang biasanya terjadi di dalam komunikasi antar pribadi, sebagai berikut:

- a. Mendengar apa yang diharapkan akan didengar. Pengalaman-pengalaman masa lampau mengarahkan seseorang untuk mendengarkan sesuatu hal yang memang diharapkannya. Sebagai contoh, seorang pekerja yang telah terbiasa dikritik akan tetap merasa dikritik meskipun atasannya mengungkapkan kata-kata yang bersifat memuji.
- b. Mengabaikan informasi-informasi yang bertentangan dengan yang diketahui. Apabila kita mendengar pesan yang berbeda dengan pengertian kita terdahulu, kita cenderung mengabaikan pesan itu daripada merubah gagasan kita atau mencari penjelasan yang lain.
- c. Mengevaluasi sumber, arti yang kita tegaskan pada suatu pesan sangat dipengaruhi oleh penilaian kita terhadap sumber.
- d. Pengamatan yang berbeda. Kata-kata, tindakan, dan kejadian-kejadian akan diamati berdasarkan nilai-nilai individual dan pengalaman dari Penerima.
- e. Tanda-tanda non verbal yang tidak sesuai. Nada suara, ekspresi wajah, dan postur badan dapat membantu atau mengganggu komunikasi.

- f. Pengaruh perasaan. Kehidupan perasaan yang mendominasi (misalnya marah, takut, gembira dsb) akan mempengaruhi interpretasi terhadap pesan-pesan yang diterima.

#### 4.1.1 Kesadaran Diri

Salah satu cara mengenal diri sendiri adalah melalui komunikasi antar pribadi. Komunikasi antar personal memberikan kesempatan bagi kita untuk memperbincangkan diri kita sendiri, dengan membicarakan tentang diri kita sendiri pada orang lain. Kita akan mendapatkan perspektif baru tentang diri kita sendiri dan memahami lebih mendalam tentang sikap dan perilaku kita. Pada kenyataannya, persepsi-persepsi diri kita sebagian besar merupakan hasil dari apa yang kita pelajari tentang diri kita sendiri dari orang lain melalui komunikasi antar pribadi.

#### 4.1.2 Pengungkapan diri

Dalam suatu interaksi antara individu dengan orang lain, apakah orang lain akan menerima atau menolak, bagaimana mereka ingin orang lain mengetahui tentang mereka akan ditentukan oleh bagaimana individu dalam mengungkapkan dirinya. Pengungkapan diri (*self-disclosure*) adalah proses menghadirkan diri yang diwujudkan dalam kegiatan membagi perasaan dan informasi dengan orang lain (Wrightsmann, 1987).

Menurut Morton (dalam Sears, dkk., 1989) pengungkapan diri merupakan kegiatan membagi perasaan dan informasi yang akrab dengan orang lain. Informasi di dalam pengungkapan diri ini bersifat deskriptif atau evaluatif. Deskriptif artinya individu melukiskan berbagai fakta mengenai diri sendiri yang mungkin belum diketahui oleh pendengar seperti, jenis pekerjaan, alamat dan usia. Sedangkan evaluatif artinya individu mengemukakan pendapat atau perasaan pribadinya seperti tipe orang yang disukai atau hal-hal yang tidak disukai atau dibenci.

Pengungkapan diri ini dapat berupa berbagai topik seperti informasi perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi dan ide yang sesuai dan terdapat di dalam diri orang yang bersangkutan. Kedalaman dan pengungkapan diri seseorang tergantung pada situasi dan orang yang diajak untuk berinteraksi. Jika orang yang berinteraksi dengan menyenangkan dan membuat merasa aman serta dapat membangkitkan semangat maka kemungkinan bagi

individu untuk lebih membuka diri amatlah besar. Sebaliknya pada beberapa orang tertentu yang dapat saja menutup diri karena merasa kurang percaya (Devito, 1992).

Dalam proses pengungkapan diri nampaknya individu-individu yang terlibat memiliki kecenderungan mengikuti norma resiprok (timbal balik). Bila seseorang menceritakan sesuatu yang bersifat pribadi, maka akan cenderung memberikan reaksi yang sepadan. Pada umumnya mengharapkan orang lain memperlakukan sama seperti memperlakukan mereka (Raven & Rubin, 1983).

“Seseorang yang mengungkapkan informasi pribadi yang lebih akrab daripada yang kita lakukan akan membuat kita merasa terancam dan kita akan lebih senang mengakhiri hubungan semacam ini. Bila sebaliknya kita yang mengungkapkan diri terlalu akrab dibandingkan orang lain, kita akan merasa bodoh dan tidak aman” (Sears, dkk., 1988).

Kebudayaan juga memiliki pengaruh dalam pengungkapan diri seseorang. Tiap-tiap bangsa dengan corak budaya masing-masing memberikan batas tertentu sampai sejauh mana individu pantas atau tidak pantas mengungkapkan diri. Kurt Lewin (dalam Raven & Rubin, 1983) dari hasil penelitiannya menemukan bahwa orang-orang Amerika nampaknya lebih mudah terbuka daripada orang-orang Jerman, tetapi keterbukaan ini hanya terbatas pada hal-hal permukaan saja dan sangat enggan untuk membuka rahasia yang menyangkut pribadi mereka. Di lain pihak, orang Jerman pada awalnya lebih sulit untuk mengungkapkan diri meskipun untuk hal-hal yang bersifat permukaan, namun jika sudah menaruh kepercayaan, maka mereka tidak enggan untuk membuka rahasia pribadi mereka yang paling dalam.

### **Tingkatan-tingkatan pengungkapan diri**

Dalam proses hubungan interpersonal terdapat tingkatan-tingkatan yang berbeda dalam pengungkapan diri. Menurut Powell (dalam Supratikna, 1995) tingkatan-tingkatan pengungkapan diri dalam komunikasi yaitu:

a. Basa-basi merupakan taraf pengungkapan diri yang paling lemah atau dangkal, walaupun terdapat keterbukaan diantara individu, tetapi tidak terjadi hubungan antar pribadi. Masing-masing individu berkomunikasi basa-basi sekedar kesopanan.

b. Membicarakan orang lain yang diungkapkan dalam komunikasi hanyalah tentang orang lain atau hal-hal yang diluar dirinya. Walaupun pada tingkat ini isi komunikasi lebih mendalam tetapi pada tingkat ini individu tidak mengungkapkan diri.

c. Menyatakan gagasan atau pendapat sudah mulai dijalin hubungan yang erat. Individu mulai mengungkapkan dirinya kepada individu lain.

d. Perasaan: setiap individu dapat memiliki gagasan atau pendapat yang sama tetapi perasaan atau emosi yang menyertai gagasan atau pendapat setiap individu dapat berbeda-beda. Setiap hubungan yang menginginkan pertemuan antar pribadi yang sungguh-sungguh, haruslah didasarkan atas hubungan yang jujur, terbuka dan menyarankan perasaan-perasaan yang mendalam.

e. Hubungan puncak: pengungkapan diri telah dilakukan secara mendalam, individu yang menjalin hubungan antar pribadi dapat menghayati perasaan yang dialami individu lainnya. Segala persahabatan yang mendalam dan sejati haruslah berdasarkan pada pengungkapan diri dan kejujuran yang mutlak.

Sementara Alman dan Taylor mengemukakan suatu model perkembangan hubungan dengan pengungkapan diri sebagai media utamanya. Proses untuk mencapai keakraban hubungan antar pribadi disebut dengan istilah penetrasi sosial . Penetrasi sosial ini terjadi dalam dua dimensi utama yaitu keluasan dan kedalaman. Dimensi keluasan yaitu dimana seseorang dapat berkomunikasi dengan siapa saja baik orang asing atau dengan teman dekat. Sedangkan dimensi kedalaman dimana seseorang berkomunikasi dengan orang dekat, yang diawali dan perkembangan hubungan yang dangkal sampai hubungan yang sangat akrab, atau mengungkapkan hal-hal yang bersifat pribadi tentang dirinya. Pada umumnya ketika berhubungan dengan



orang asing pengungkapan diri sedikit mendalam dan rentang sempit (topik pembicaraan sedikit). Sedangkan perkenalan biasa, pengungkapan diri lebih mendalam dan rentang lebih luas. Sementara hubungan dengan teman dekat ditandai adanya pengungkapan diri yang mendalam dan rentangnya terluas (topik pembicaraan semakin banyak) (Sears, dkk. , 1999).

### **Fungsi pengungkapan diri.**

Menurut Derlega dan Grzelak (dalam Sears, dkk., 1988) ada lima fungsi pengungkapan diri, yaitu:

a. **Ekspresi (expression)**

Dalam kehidupan ini kadang-kadang manusia mengalami suatu kekecewaan atau kekesalan, baik itu yang menyangkut pekerjaan ataupun yang lainnya. Untuk membuang semua kekesalan ini biasanya akan merasa senang bila bercerita pada seorang teman yang sudah dipercaya. Dengan pengungkapan diri semacam ini manusia mendapat kesempatan untuk mengekspresikan perasaan kita.

b. **Penjernihan diri (self-clarification)**

Dengan saling berbagi rasa serta menceritakan perasaan dan masalah yang sedang dihadapi kepada orang lain, manusia berharap agar dapat memperoleh penjelasan dan pemahaman orang lain akan masalah yang dihadapi sehingga pikiran akan menjadi lebih jernih dan dapat melihat duduk persoalannya dengan lebih baik.

c. **Keabsahan sosial (sosial validation)**

Setelah selesai membicarakan masalah yang sedang dihadapi, biasanya pendengar akan memberikan tanggapan mengenai permasalahan tersebut. Sehingga dengan demikian, akan mendapatkan suatu informasi yang bermanfaat tentang kebenaran akan pandangan kita. Kita dapat memperoleh dukungan atau sebaliknya.

d. **Kendali sosial (social control)**

Seseorang dapat mengemukakan atau menyembunyikan informasi tentang keadaan dirinya yang dimaksudkan untuk mengadakan kontrol sosial, misalnya orang akan mengatakan sesuatu yang dapat menimbulkan kesan baik tentang dirinya.

- e. **Perkembangan hubungan (relationship development).** Saling berbagi rasa dan informasi tentang diri kita kepada orang lain serta saling mempercayai merupakan saran yang paling penting dalam usaha merintis suatu hubungan sehingga akan semakin meningkatkan derajat keakraban.

### **Pedoman dalam Pengungkapan Diri**

Pengungkapan diri kadang-kadang menimbulkan bahaya, seperti resiko adanya penolakan atau dicemooh orang lain, bahkan dapat menimbulkan kerugian material. Untuk itu, kita harus mempelajari secara cermat konsekuensi-konsekuensinya sebelum memutuskan untuk melakukan pengungkapan diri. Menurut Devito (1992) hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam pengungkapan diri adalah sebagai berikut:

- a. **Motivasi melakukan pengungkapan diri**

Pengungkapan diri haruslah didorong oleh rasa berkepentingan terhadap hubungan dengan orang lain dan diri sendiri. Sebab pengungkapan diri tidak hanya bersangkutan dengan diri kita saja tetapi juga bersangkutan dengan orang lain. Kadang-kadang keterbukaan yang kita ungkapkan dapat saja melukai perasaan orang lain.

- b. **Kesesuaian dalam pengungkapan diri.**

Dalam melakukan pengungkapan diri haruslah disesuaikan dengan keadaan lingkungan. Pengungkapan diri haruslah dilakukan pada waktu dan tempat yang tepat. Misalnya bila kita ingin mengungkapkan sesuatu pada orang lain maka kita haruslah bisa melihat apakah waktu dan tempatnya sudah tepat.

- c. **Timbal balik dan orang lain.**

Selama melakukan pengungkapan diri, berikan lawan bicara kesempatan untuk melakukan pengungkapan dirinya sendiri. Jika lawan bicara kita tidak melakukan pengungkapan diri juga, maka ada kemungkinan bahwa orang, tersebut tidak menyukai keterbukaan yang kita lakukan.

#### 4.1.3 Komunikasi interpersonal

Komunikasi interpersonal atau disebut juga dengan komunikasi antar personal atau komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi yang dilakukan oleh individu untuk saling bertukar

gagasan ataupun pemikiran kepada individu lainnya. Atau dengan kata lain, komunikasi interpersonal adalah salah satu konteks komunikasi dimana setiap individu mengkomunikasikan perasaan, gagasan, emosi, serta informasi lainnya secara tatap muka kepada individu lainnya.

Komunikasi interpersonal dapat dilakukan dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal tidak hanya tentang apa yang dikatakan dan apa yang diterima namun juga tentang bagaimana hal itu dikatakan, bagaimana bahasa tubuh yang digunakan, dan apa ekspresi wajah yang diberikan.

### **Pengertian Komunikasi Interpersonal**

Berikut adalah beberapa pengertian komunikasi interpersonal menurut para ahli, diantaranya adalah sebagai berikut :

- **G.R Miller dan M. Steinberg (1975):** Komunikasi interpersonal dapat dipandang sebagai komunikasi yang terjadi dalam suatu hubungan interpersonal.
- **Judy C. Pearson, dkk (2011) :** Komunikasi interpersonal sebagai proses yang menggunakan pesan-pesan untuk mencapai kesamaan makna antara-paling tidak-antara dua orang dalam sebuah situasi yang memungkinkan adanya kesempatan yang sama bagi pembicara dan pendengar.
- **Joseph A. DeVito (2013) :** Komunikasi interpersonal adalah interaksi verbal dan nonverbal antara dua (atau kadang-kadang lebih dari dua) orang yang saling tergantung satu sama lain.
- **Ronald B. Adler, dkk (2009) :** Komunikasi interpersonal adalah semua komunikasi antara dua orang atau secara kontekstual komunikasi interpersonal.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan dalam suatu hubungan interpersonal antara dua orang atau lebih, baik secara verbal maupun nonverbal, dengan tujuan untuk mencapai kesamaan makna.

### **Elemen-elemen dalam Komunikasi Interpersonal**

Dalam Pengantar Ilmu Komunikasi telah dijelaskan bahwa pada umumnya komunikasi memiliki beberapa elemen penting yaitu sumber, penerima, pesan, saluran, *encoding*, *decoding*, gangguan, umpan balik, dan konteks. Begitu pula halnya dengan komunikasi interpersonal. Menurut **Joseph A. DeVito** (2013 : 8-16), dalam

komunikasi interpersonal terdapat beberapa unsur atau elemen penting, yaitu :

Komunikasi interpersonal melibatkan paling tidak dua orang dimana masing-masing pihak dapat berperan sebagai sumber (*source*) yakni membentuk dan mengirimkan pesan dan juga berperan sebagai penerima (*receiver*) yakni menerima pesan.

Dengan memahami elemen-elemen penting dalam komunikasi interpersonal, maka kita akan dapat memperbaiki kompetensi serta keterampilan kita dalam komunikasi interpersonal.

Sifat Komunikasi Interpersonal

Menurut Joseph A. DeVito (2013), komunikasi interpersonal memiliki beberapa sifat, yaitu :

- **Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang melibatkan dua individu atau lebih yang masing-masing saling bergantung.**

Pada umumnya komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara dua orang atau biasa disebut juga dengan komunikasi diadik. Misalnya komunikasi antara seorang anak dan ayah dan lain-lain. Meskipun begitu, komunikasi interpersonal juga merujuk pada komunikasi dalam kelompok kecil seperti misalnya keluarga. Walau dalam keluarga, komunikasi berlangsung dalam bentuk komunikasi diadik seperti ibu kepada anak.

- **Komunikasi interpersonal adalah secara inheren bersifat relasional.**

Karena sifatnya yang saling bergantung, komunikasi interpersonal tidak dapat dihindari dan bersifat sangat penting. Komunikasi interpersonal berperan dalam sebuah hubungan yang berdampak pada hubungan dan mengartikan hubungan itu sendiri. Komunikasi yang berlangsung dalam sebuah hubungan adalah bagian dari fungsi hubungan itu sendiri. Oleh karena itu, cara kita berkomunikasi sebagian besar ditentukan oleh jenis hubungan yang ada antara kita dan orang lain. Perlu dipahami pula bahwa cara kita berkomunikasi, cara kita berinteraksi, akan mempengaruhi jenis hubungan yang dibangun.

- **Komunikasi interpersonal berada pada sebuah rangkaian kesatuan.**

Komunikasi interpersonal berada dalam sebuah rangkaian kesatuan yang panjang yang membentang dari impersonal ke personal yang lebih tinggi. Pada titik impersonal, kita berkomunikasi secara sederhana antara orang-orang yang tidak saling mengenal, misalnya pembeli dan penjual. Sedangkan pada titik personal yang lebih tinggi, komunikasi berlangsung antara orang-orang yang secara akrab terhubung satu sama lain, misalnya ayah dan anak.

- **Komunikasi interpersonal melibatkan pesan verbal maupun pesan nonverbal.**

Komunikasi interpersonal melibatkan pertukaran pesan baik pesan verbal maupun pesan nonverbal. Kata-kata yang kita gunakan dalam komunikasi tatap muka dengan orang lain biasanya disertai dengan petunjuk nonverbal seperti ekspresi wajah, kontak mata, dan gerak tubuh atau bahasa tubuh. Kita menerima pesan interpersonal melalui panca indera yang kita miliki seperti mendengar, melihat, mencium, dan menyentuh. Kita bersikap diam pun sebenarnya mengirimkan suatu pesan interpersonal. Pesan-pesan yang disampaikan sebagian besar bergantung pada faktor-faktor lain yang terlibat dalam interaksi.

- **Komunikasi interpersonal berlangsung dalam berbagai bentuk.**

Komunikasi interpersonal pada umumnya berlangsung secara tatap muka, misalnya ketika kita berbicara dengan ibu atau ayah kita. Di era kemajuan teknologi komunikasi seperti sekarang, komunikasi interpersonal berlangsung melalui jaringan komputer. Kehadiran internet sebagai media komunikasi serta media komunikasi modern lainnya menjadikan komunikasi interpersonal dapat dilakukan melalui surat elektronik atau media sosial. Beberapa bentuk komunikasi interpersonal masa kini bersifat *real time*, dalam artian pesan yang dikirim dan diterima pada satu waktu sebagaimana dalam komunikasi tatap muka. Pesan yang dikirimkan dan diterima melalui berbagai media sosial dalam konteks komunikasi interpersonal jelas memiliki pengaruh media sosial serta efek media sosial bagi hubungan interpersonal yang dibangun.

- **Komunikasi interpersonal melibatkan berbagai pilihan.** Pesan-pesan interpersonal yang kita komunikasikan kepada orang lain adalah hasil dari berbagai pilihan yang telah kita buat. Dalam kehidupan interpersonal kita dan interaksi kita dengan orang lain, kita disajikan dengan berbagai pilihan. Maksudnya adalah momen ketika kita harus membuat pilihan kepada siapa kita berkomunikasi, apa yang akan kita katakan, apa yang tidak boleh kita katakan, apakah pilihan frasa yang ingin kita katakan, dan lain sebagainya. Pilihan-pilihan komunikasi interpersonal beserta alasannya, dalam beberapa situasi, berbagai pilihan yang dipilih dapat bekerja dengan baik dibanding yang lainnya.

Prinsip-Prinsip dalam Komunikasi Interpersonal

Menurut **Joseph A. DeVito** (2013), prinsip-prinsip komunikasi interpersonal adalah sebagai berikut :

1. **Komunikasi interpersonal adalah suatu proses transaksional.** Komunikasi interpersonal adalah sebuah proses, atau kejadian yang berkelanjutan, dimana masing-masing elemen saling bergantung satu sama lain. Komunikasi interpersonal secara konstan terus terjadi dan mengalami perubahan. Agar dapat memahami gambaran komunikasi interpersonal sebagai proses transaksional maka model komunikasi transaksional dapat menjadi jawabannya.
2. **Komunikasi interpersonal memiliki tujuan.** Komunikasi interpersonal memiliki 5 (lima) tujuan, yaitu untuk :
  - belajar – komunikasi interpersonal membuat kita dapat belajar memahami orang lain dan dunia secara lebih baik.
  - membina hubungan – komunikasi interpersonal membantu kita untuk berhubungan dengan orang lain.
  - mempengaruhi – melalui komunikasi interpersonal kita dapat mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain.
  - bermain – komunikasi interpersonal dapat berfungsi sebagai kegiatan bermain.
  - membantu – melalui komunikasi interpersonal seorang terapis menggunakan teknik penyembuhan jiwa yang dikenal dengan metode komunikasi terapeutik dalam keperawatan.
3. **Komunikasi interpersonal adalah ambigu.** Semua pesan-pesan berpotensi ambigu, masing-masing orang akan memberikan makna yang berbeda terhadap pesan yang sama. Terdapat ambiguitas dalam semua hubungan.

4. **Hubungan interpersonal dapat berbentuk simetris atau komplementer.** Interaksi interpersonal dapat merangsang pola perilaku yang sama atau berbeda.
5. **Komunikasi interpersonal merujuk pada isi dan hubungan diantara para partisipan.** Dalam sistem komunikasi interpersonal, hubungan interpersonal memegang peranan yang sangat penting karena hubungan interpersonal yang baik merupakan penanda bagi komunikasi yang efektif.
6. Komunikasi interpersonal adalah dapat diberi tanda atau ditandai karenanya setiap orang memisahkan bagian-bagian komunikasi ke dalam stimuli atau rangsangan dan respon terhadap perspektif dasar yang dimiliki oleh masing-masing partisipan.
7. Komunikasi interpersonal tidak dapat dihindari, tidak dapat diulang, dan tidak dapat diubah. Ketika berada dalam sebuah situasi interpersonal, kita tidak dapat tidak berkomunikasi, dan kita tidak dapat mengulang secara tepat sebuah pesan secara spesifik.

Sementara itu, menurut **Paul Watzlawick, Janet Beavin, dan Don Jackson**, terdapat 5 (lima) prinsip-prinsip komunikasi atau aksioma komunikasi yang dapat membantu kita memahami interaksi komunikasi interpersonal secara lebih utuh, yaitu :

1. Kita tidak dapat tidak berkomunikasi.
2. Setiap interaksi memiliki dimensi isi dan dimensi hubungan.
3. Setiap interaksi dimaknai dengan bagaimana interaksi tersebut diberi tanda.
4. Pesan berupa simbol-simbol verbal dan petunjuk nonverbal.
5. Pertukaran pesan bersifat simetris atau komplementer.

#### Teori Komunikasi Interpersonal

Dalam konteks komunikasi interpersonal, sejumlah teori komunikasi interpersonal atau disebut juga dengan teori-teori komunikasi antarpribadi telah banyak dirumuskan dan dikembangkan oleh para ahli teori komunikasi interpersonal dalam rangka menjelaskan bagaimana orang memberikan makna terhadap suatu kejadian, mengapa mereka bertindak dengan cara mereka, bagaimana mereka membuat keputusan tentang pesan, dan efek komunikasi yang terjadi dalam hubungan. Berbagai teori komunikasi interpersonal yang ada dapat digunakan untuk memahami proses komunikasi.

Berikut beberapa teori komunikasi interpersonal sebagaimana dirumuskan oleh para ahli, diantaranya adalah :

1. **Constructivism** – kerangka kerja teoritis yang berupaya untuk menjelaskan mengapa individu berkomunikasi dengan cara yang mereka lakukan dan mengapa beberapa komunikator lebih sukses dibanding yang lainnya. Konstruktivisme dikenalkan oleh **Jesse Delia**.
2. **Symbolic interactionism** atau interaksionisme simbolik atau teori interaksi simbolik – sebuah perspektif sosiologi yang dipengaruhi oleh banyak ahli teori yaitu **George Herbert Mead** dan **Herbert Blumer**. Interaksionisme simbolik pada dasarnya menggambarkan bagaimana individu menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi untuk membentuk makna, bagaimana mereka menciptakan dan menyajikan dirinya sendiri, serta bagaimana ketika mereka berinteraksi dengan orang lain menggunakan simbol-simbol untuk membentuk masyarakat.
3. **Attribution Theory** – sebuah kerangka kerja untuk memahami bagaimana masing-masing individu menginterpretasikan perilaku mereka sendiri dan perilaku orang lain. Menurut **Fritz Heider**, manusia termotivasi untuk memahami perilaku dan menjelaskan pola perilaku.
4. **Fundamental interpersonal relationship orientation theory** – teori yang dikenalkan oleh **William Schutz** ini berpendapat bahwa orang termotivasi untuk memenuhi tiga kebutuhan yaitu inklusi (kebutuhan merasa dimiliki), kontrol (kebutuhan untuk membentuk interaksi dengan orang lain), dan afeksi (kebutuhan untuk disukai dan menjalin hubungan).
5. **Action assembly theory** – teori yang dikenalkan oleh **John Green** ini berusaha untuk menjelaskan dari mana pikiran kita datang dan bagaimana kita mengartikan berbagai macam pikiran tersebut ke dalam komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal.
6. **Communication accommodation theory** – teori yang dikembangkan oleh **Howard Giles** dkk ini menitikberatkan pada bagaimana dan mengapa orang memodifikasi atau mengubah perilaku komunikasi mereka dalam situasi yang berbeda.
7. **Social penetration theory** – teori yang digagas oleh **Irving Altman** dan **Dalmas Taylor** menggambarkan bagaimana *self-disclosure* menggerakkan hubungan dari superfisial ke intim. Ini adalah teori pertama yang mengkaji tentang bagaimana perubahan dalam pola komunikasi dapat berdampak pada perubahan dalam hubungan.
8. **The relationship development model** – teori yang dikenalkan oleh **Mark Knapp** menyajikan sepuluh tahapan model hubungan yang



dapat menyatukan atau bahkan terpisah. Setiap tahapan bercirikan pola komunikasi yang berbeda.

### **Hubungan Interpersonal**

Hubungan interpersonal dapat diartikan sebagai asosiasi antara paling tidak dua orang yang saling bergantung, yang menggunakan beberapa pola interaksi secara konsisten, dan siapa yang menjadi pasangan interaksi dalam sebuah periode waktu. Hubungan interpersonal merupakan hal paling penting dalam komunikasi interpersonal yang efektif.

**Jurgen Reusch** dan **Gregory Bateson** (1951) telah mengemukakan bahwa komunikasi mendefinisikan hubungan interpersonal. Pandangan ini telah membuat bergesernya studi komunikasi interpersonal dari isi pesan kepada aspek relasional. Kemudian, **Gerarld R. Miller** dalam **Rakhmat** (2001 : 119) menyatakan bahwa untuk memahami proses komunikasi interpersonal dituntut adanya pemahaman mengenai hubungan simbiotis antara komunikasi dan perkembangan relasional. Dalam artian, perkembangan relasional dipengaruhi oleh komunikasi hingga pada akhirnya (secara simultan), sifat komunikasi antar partisipan komunikasi dipengaruhi oleh perkembangan relasional. Dalam sudut pandang psikologi komunikasi, hubungan interpersonal yang baik dapat membuat orang semakin lebih terbuka untuk mengungkapkan dirinya, semakin lebih cermat dalam memberikan persepsi terhadap dirinya dan orang lain, sehingga komunikasi yang berlangsung diantara partisipan komunikasi akan semakin efektif.

#### a. Tahapan Hubungan Interpersonal

Menurut **Joseph A. DeVito** (2013), hubungan interpersonal dibangun melalui beberapa tahapan, yaitu :

- **Kontak**

Pada tahapan ini, terdapat beberapa jenis kontak persepsi seperti apa yang kita lihat, apa yang kita dengar, dan lain-lain. Dari tahapan ini kita membentuk sebuah gambaran mental dan fisik seperti gender , usia, kepercayaan dan nilai, dan lain-lain. Setelah terjadi persepsi, kemudian dilanjutkan dengan kontak interaksional yang superfisial dan relatif impersonal. Pada tahapan inilah biasanya kita melakukan pertukaran informasi kepada mereka yang terlibat dalam proses komunikasi. Misalnya, “Halo, perkenalkan nama

saya Gepeng.”. Para peneliti berpendapat pada tahapan kontak inilah kita nantinya akan memutuskan apakah kita melanjutkan hubungan atau tidak.

- **Keterlibatan**

Pada tahapan keterlibatan hubungan, berkembang rasa kesamaan karena terhubung. Di sinilah kita mengalami dan mencoba untuk belajar lebih banyak tentang orang lain. Dalam tahapan keterlibatan terdapat dua fase yaitu fase menguji dan fase mengintensifkan. Pada fase menguji, kita ingin melihat apakah penilaian awal yang kita miliki terbukti beralasan atau tidak. Misalnya, kita bertanya, “Di manakah kamu bekerja?”. Jika kita ingin mengetahui seseorang lebih baik lagi maka kita akan lanjutkan keterlibatan kita dengan secara intensif melakukan interaksi yang diawali dengan memberitahu informasi mengenai diri kita.

- **Keakraban**

Pada tahapan ini kita berkomitmen pada diri kita sendiri untuk tetap mengenal lebih jauh seseorang dan membentuk sebuah hubungan ketika seseorang tersebut menjadi seorang teman dekat, atau pasangan. Kualitas dan kuantitas pertukaran interpersonal berkembang dan menjadikan kita menjadi lebih sering membicarakan secara rinci tentang hubungan tersebut.

Selanjutnya, kita akan saling berbagi jaringan sosial dan lain-lain. Pada tahapan inilah kepuasan hubungan juga berkembang. Dalam tahapan ini terdapat dua fase. Pada fase pertama atau fase komitmen interpersonal dua orang berkomitmen kepada mereka sendiri kepada orang lain dalam cara yang pribadi. Pada fase ikatan sosial, komitmen dibuat umum, misalnya kepada keluarga dan teman.

- **Kemunduran**

Tahap kemunduran hubungan ditandai dengan melemahnya ikatan antara teman atau kekasih. Fase pertama pada tahapan kemunduran hubungan adalah ketidakpuasan intrapersonal yang mulai dialami saat berinteraksi dan mulai memandang masa depan yang suram dengan pasangan. Jika fase ini terus berkembang, maka akan berlanjut ke fase kedua, yaitu kemunduran interpersonal. Kita mulai menarik diri atau menghindari untuk berinteraksi, tidak lagi saling berbagi, seringkali diam ketika bersama-sama, minimnya kontak fisik, dan minimnya kedekatan secara psikologis. Di sinilah

konflik berkembang dan sulit menemukan solusi yang terbaik.

- **Perbaikan**

Pada fase awal tahapan perbaikan yaitu perbaikan intrapersonal, kita mencoba untuk menelaah serta menganalisa apa yang salah dan mulai menemukan titik terang atau cara untuk mengatasi keretakan hubungan yang terjadi. Kita mengevaluasi sisi positif maupun negatif andaikata hubungan yang ada diteruskan atau diakhiri. Untuk memutuskan memperbaiki hubungan, kita harus memasuki fase perbaikan interpersonal yaitu berkomunikasi dengan pasangan mengenai apa yang ingin dilihat, apa yang akan dilakukan, dan apa yang pasangan ingin lakukan. Inilah tahap negosiasi dimana kita dan pasangan kita mencoba untuk memperbaiki hubungan.

- **Putusnya hubungan**

Pada tahapan ini ikatan antar individu benar-benar putus. Pada walnya putusnya hubungan umumnya berlangsung dalam bentuk perpisahan interpersonal misalnya pisah rumah. Jika perpisahan ini diterima dan jika hubungan sudah tidak bisa diperbaiki, maka kita memasuki fase perpisahan sosial. Jika hubungan tersebut adalah sebuah pernikahan, maka fase ini menuju pada perceraian.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Hubungan Interpersonal

Menurut Rakhmat (2001 : 129) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi hubungan interpersonal, diantaranya adalah :

- **Percaya** – merupakan faktor yang paling penting. Percaya diartikan sebagai suatu keyakinan yang kuat mengenai keandalan, kebenaran, kemampuan, atau kekuatan seseorang atau sesuatu. Dalam hubungan interpersonal, percaya dimaksudkan sebagai bentuk keyakinan terhadap perilaku seseorang guna meraih tujuan yang telah ditetapkan dimana terdapat ketidakpastian dalam pencapaiannya serta dalam situasi yang mengandung resiko.
- **Sikap sportif** – sikap untuk mengurangi resiko defensif dalam komunikasi.
- **Sikap terbuka** – sikap terbuka memiliki pengaruh yang besar terhadap keefektifan komunikasi interpersonal. Karena dengan kita bersikap terbuka dapat membuat kita :

- Menilai pesan lebih obyektif karena didukung oleh data dan logika.
- Dapat dengan mudah melihat perbedaan nuansa dan lain-lain.
- Mencari informasi yang berasal dari sumber yang beragam.
- Tidak terlalu kaku dalam mempertahankan kepercayaan yang dimiliki.
- Mencari makna pesan yang tidak sesuai dengan apa yang diyakininya.

### Manfaat Mempelajari Komunikasi Interpersonal

Mempelajari komunikasi interpersonal dapat memberikan manfaat, diantaranya adalah :

- Dapat mendatangkan manfaat intelektual termasuk didalamnya pemahaman yang mendalam terhadap diri dan orang lain serta hubungan interpersonal. (baca: Teknik Dasar Fotografi)
- Dapat memberikan manfaat praktis termasuk didalamnya pribadi, sosial atau hubungan, dan profesional.
- Komunikasi interpersonal sangat penting bagi kita secara fisik. Mereka yang memiliki hubungan interpersonal yang baik lebih sehat secara mental dan fisik. (baca: Konstruksi Realitas Sosial)
- Komunikasi interpersonal membantu kita memenuhi kebutuhan sosial kita. Dengan memahami proses komunikasi interpersonal akan memberikan pandangan terhadap bagaimana suatu hubungan dapat menjadi lebih sukses dan memuaskan. (baca: Sistem Komunikasi Indonesia)
- Melalui penelitian komunikasi interpersonal dapat membuat kita berpikir bahwa kita berkomunikasi dalam suatu hubungan dan menyadari bahwa secara aktual berkomunikasi dalam suatu hubungan adalah sangat berbeda. (baca: Teori Difusi Inovasi)

Demikianlah uraian singkat mengenai komunikasi interpersonal yang meliputi pengertian, elemen-elemen komunikasi interpersonal, sifat komunikasi interpersonal, prinsip-prinsip komunikasi interpersonal, teori komunikasi interpersonal, serta hubungan interpersonal. Semoga menambah wawasan dan pengetahuan kita tentang ilmu komunikasi khususnya komunikasi interpersonal.

## 5 Pertemuan 5

### 5.1 Memberikan penjelasan mengenai mendengarkan secara efektif

Sifat dasar manusia yaitu ingin diperhatikan, didengarkan dan dipahami sikap, perasaan serta pendapat-pendapatnya pada saat berbicara. Oleh karena itu proses dalam interaksi & komunikasi, kita harus mendengarkan atau menyimak secara aktif tentang apa yang disampaikan oleh mitra komunikasi kita.

Mendengar aktif tidak berarti bahwa hanya telinga yang aktif, dan mulut terkatup, walaupun Tuhan telah memberi kita dua telinga dan satu mulut.

Kalau setiap manusia ingin dipahami sikap dan perasaannya, maka tentunya kita harus aktif menyimak pembicaraannya, karena sikap dan perasaannya diekspresikan melalui kata-kata yang diucapkannya. Untuk membuktikan bahwa kita mengikuti setiap kata yang diucapkan oleh mitra komunikasi kita, maka mulut kita harus juga aktif. Kita tidak cukup dengan mengangguk-angguk sambil mulut bergumam mengucapkan *ph ya..oh ya* (padahal pikiran berada nun jauh di seberang sana), tapi mulut harus aktif bertanya dan memberi komentar, sebagai pertanda keingintahuan dan pemahaman terhadap apa yang ia sampaikan.

Agar kita bisa berbicara efektif atau mengenai sasaran, maka kita harus mendengar aktif, artinya apa yang kita dengar diolah dan dianalisa, kemudian hasil pengolahan dan analisa tersebut kita kembalikan, bisa berupa pertanyaan, komentar, saran, pernyataan pemahaman, dukungan dan sebagainya

#### 5.1.1 Mengapa perlu mendengarkan

Dalam kehidupan sehari-hari kita tak pernah luput dari yang namanya komunikasi. Komunikasi menjadi faktor penentu keutuhan hubungan kita dengan makhluk lainnya, khususnya hubungan kita antara sesama manusia. Maka diperlukan keahlian dalam berkomunikasi dalam mencapai komunikasi efektif. Untuk mengembangkan komunikasi efektif paling tidak kita harus menguasai empat jenis ketrampilan dasar dalam berkomunikasi yaitu: menulis, membaca (bahasa tulisan) dan **mendengar**, berbicara (bahasa lisan).

Komunikasi merupakan ketrampilan yang paling penting dalam hidup kita. Kita menghabiskan sebagian besar jam di saat kita sadar dan bangun untuk berkomunikasi. Sama halnya dengan pernafasan, komunikasi kita anggap sebagai hal yang otomatis terjadi begitu saja, sehingga kita tidak memiliki kesadaran untuk

melakukannya dengan efektif. Kita tidak pernah dengan secara khusus mempelajari bagaimana menulis dengan efektif, bagaimana membaca dengan cepat dan efektif, bagaimana berbicara secara efektif, **apalagi bagaimana menjadi pendengar yang baik. Bahkan untuk yang terakhir, yaitu ketrampilan untuk mendengar tidak pernah diajarkan atau kita pelajari dalam proses pembelajaran yang kita lakukan baik di sekolah formal maupun pendidikan informal lainnya.** Bahkan hanya sedikit orang yang pernah mengikuti pelatihan mendengar. Membangun dasar pengembangan keahlian berkomunikasi harus ada unsur bagaimana mendengar secara efektif. Ada beberapa elemen mendengar efektif. Elemen tersebut meliputi *perhatian, refleksi, kemampuan toleransi, kemampuan memahami*. Kurangnya kemampuan mendengar kita akan mengakibatkan kepekaan kita menurun dalam berkomunikasi. Kita tidak bisa berkomunikasi efektif tanpa menjadi pendengar yang baik. Dan kita tidak bisa menjadi seorang yang baik dalam memecahkan masalah tanpa keahlian berkomunikasi.

Ketiadaan mendengar secara efektif, seringkali pesan yang kita kirim tidak sama dengan apa yang kita terima. Meskipun hal ini bisa terjadi karena berbagai alasan, kurangnya perhatian dalam mendengar akan merugikan kita terutama saat harus mengingat dan mempertahankan pesan yang kita terima.

Ada sejumlah hal yang dapat kita ambil untuk menjadi pendengar yang baik, termasuk asumsi yang mengatakan bahwa kita tidak perlu mendengarkan beberapa hal tidak penting. Sebagai contoh, mungkin anda tahu apa yang akan seseorang katakan kepada anda, maka anda hanya perlu menegaskan bahwa benar dia akan berkata demikian. hal lain adalah kegagalan untuk memperhatikan atau selalu mengalah terhadap gangguan, dan kurang melatih apa yang akan anda respons, juga bisa menjadi penyebab pendengar yang kurang baik. Apa yang sering terjadi adalah bahwa, “saat kita menjadi pendengar”, mungkin mengabaikan orang saat mencoba untuk memberi tanggapannya, ini merupakan bentuk pencegahan terhadap kegagalan diatas.

Dalam kaitannya dengan mendengar secara efektif. Mendengar aktif adalah alat yang sangat membantu dalam komunikasi yang efektif. Kadang-kadang disebut “mendengar reflektif”, mendengar secara aktif melibatkan pengklarifikasian pesan untuk memastikan bahwa anda mendengar apa yang

dikatakan dengan mengulang kembali. Teknik mendengar aktif yang membantu adalah penggunaan ungkapan, “Apa yang anda dengar anda katakan” Ini hanya satu contoh mendengar reflektif dan merupakan umpan balik. Setiap pertanyaan klarifikasi bisa berfungsi sebagai mendengarkan aktif. Intinya adalah bahwa ketika anda memperjelas pesan, anda memastikan bahwa anda telah menerima pesan sama dengan yang dikirim, atau dimaksudkan.

Kadang-kadang proses masih bisa menggelincirkan ketika dimaknakan “apa yang anda dengar anda katakan” pesan yang diklarifikasikan kemudian disimpulkan “bukan itu yang saya katakan”, dan kemudian sebuah argumen terjadi atas mana yang benar. Pembicaraan dapat digelincirkan oleh debat tentang apa yang sebenarnya dikatakan atau tidak dikatakan pada awal mulanya. Hal ini mudah diatasi oleh setiap orang mengingat bahwa tujuan komunikasi efektif, tidak membuktikan siapa yang benar secara mutlak. kalimat yang baik untuk mengingat untuk situasi ini adalah “sebenarnya, apa yang saya katakan adalah dimaksudkan untuk “konfirmasi”.

Mendengar reflektif membawa dalam keadaan merasa canggung, tidak wajar, aneh, kaku. Namun hal ini, memiliki sejumlah manfaat berharga dalam belajar dan berlatih. Melalui mendengarkan aktif anda dapat menghilangkan sebagian besar argumen anda dengan memastikan bahwa pesan yang diterima adalah salah satu yang dikirim. Dengan hati-hati menjelaskan pesan, anda dapat mengidentifikasi pola dalam asumsi dan keyakinan menyimpang. Setelah pola telah diidentifikasi, asumsi dan keyakinan dasar bisa ditantang dan diganti dengan setidaknya pikiran netral. Ketika Anda dapat benar-benar mendengar apa yang dikatakan dalam percakapan Anda, Anda cenderung tidak terlibat dalam lingkaran debat, dengan masing-masing menyiapkan diri dan menghindari timbulnya miskomunikasi.

Kegiatan berbicara dan mendengar merupakan dinamika komunikasi. Di samping keterampilan berbicara dalam komunikasi kita harus memiliki keterampilan mendengar. Sayangnya, banyak dari kita hanya mahir berbicara tetapi kurang sekali dalam melakukan kegiatan ”mendengar”. Banyak orang yang berkomunikasi seolah-olah mendengar tetapi sesungguhnya tidak ”mendengar”, karena yang bersangkutan tidak menyimak. Menyimak dan mendengar adalah berbeda. Kita boleh mendengar

tapi belum tentu menyimak. Kita dapat membeli alat pendengaran, tetapi tidak dapat membeli alat simak.

Faktor mendengar ternyata bagian penting dari keseluruhan proses komunikasi. Hasil komunikasi tidak optimal jika orang yang terlibat dalam proses komunikasi tidak mau/tidak berupaya saling mendengar. Jadi, mendengar dalam kegiatan komunikasi diperlukan. Karyawan yang teruji dalam kecakapan insani (softskills) yang sangat tinggi tingkat menyimaknya juga tinggi. Makin tinggi daya menyimak makin meningkat pula kecakapan insani karyawan. Jika kita mendengar dengan baik daya empati kita terhadap sesama (orang lain) juga akan baik, karena dasar dari empati adalah mendengar secara baik apa yang dialami orang lain.

### 5.1.2 Komponen proses mendengarkan

Seseorang dalam mendengarkan informasi secara efektif memiliki prosesnya, yaitu mendengarkan, pemahaman, mengingat, penafsiran dan mengevaluasi.

#### **1. Mendengarkan**

Mendengarkan melibatkan pemrosesan suara di dalam setiap otak manusia. Ada beberapa cara mendengarkan, yaitu:

- Menangkap, dapat mengenal dan mengetahui maksud yang terucapkan lewat nada, raut wajah, gerak dan lain-lain.
- Memperhatikan, memusatkan perhatian penuh terhadap informasi yang disampaikan oleh pihak pembicara.

#### **2. Pemahaman**

Pemahaman merupakan proses penerimaan arti kata-kata yang disampaikan sehingga dapat sesuai dengan kata-kata yang keluar dari pihak pembicara. Dengan kata lain topik pembicaraan yang disampaikan, disusun dan diulang kembali sehingga informasi yang disampaikan dapat lebih memahaminya.

#### **3. Mengingat**

Setelah memahami informasi yang telah disampaikan, kemudian melakukan pengujian kemampuan berapa besar informasi tersebut dapat disimpan dan dicatat ke dalam suatu memori. Agar informasi dapat disimpan dalam jangka waktu lama, pendengar perlu melakukan konsentrasi penuh terhadap pesan yang dibicarakan. Hal ini bertujuan bahwa apabila sewaktu informasi dibutuhkan kembali, dapat digunakan



sesuai apa yang telah didengarkan dan meminimalisir kesalahpahaman.

#### **4. Menafsirkan**

Penafsiran merupakan proses memahami pesan yang disampaikan sesuai dengan ide, harapan dan pengalaman pribadi. Maksudnya Informasi/pesan yang disampaikan dihubungkan dengan informasi/pesan yang telah kita dengar, baca/lihat sebelumnya dari beberapa sumber. Sumbernya misalkan dari televisi, pengalaman pribadi, perbincangan, radio dan lain-lain.

#### **5. Mengevaluasi**

Setelah melakukan penafsiran, kemudian langkah selanjutnya mengevaluasi mengenai pesan yang disampaikan. Dengan kecakapan berpikir pendengar menilai yang diungkapkan oleh pembicara, membedakan fakta dan opini, serta mengevaluasi bukti yang dikemukakan pembicara. Apabila pembicaraan tidak sesuai dengan penafsiran pendengar, hal ini akan menimbulkan tanggapan kepada pembicara.

## **6 Pertemuan 6**

### **6.1 Memberikan penjelasan mengenai negosiasi dalam komunikasi**

Negosiasi merupakan salah satu faktor terpenting dalam mengkomunikasikan keinginan kita terhadap pihak orang lain. Keinginan yang telah kita susun rapih dalam suatu proyek kegiatan/program yang akan dilaksanakan baik itu pada skala kecil maupun besar, dengan memerlukan pihak lain dalam mensukseskan proyek kegiatan/ program tersebut ditentukan berhasil atau tidaknya dengan proses negosiasi. Jikalau negosiasi kita kurang baik maka respon yang diterima pihak lain kepada kita ataupun program kita itu kurang pula, yang lebih jelek lagi jikalau mereka berpikiran buruk terhadap program kita serta semua yang menjadi ruang lingkup kegiatan di luar program kita. Para pengusaha besar di amerika menempatkan negosiasi pada tingkat pertama, mereka berani membayar mahal kepada karyawannya yang dapat bernegosiasi dengan baik. Karena begitu pentingnya negosiasi, maka kita sebaiknya mencoba menerapkan negosiasi ini menjadi faktor terpenting dalam setiap kegiatan, serta mengkonsentrasikannya, selain dari itu diperlukan kesiapan dan langkah-langkah awal untuk menjadi negosiator yang baik.

Setiap orang bisa menjadi negosiator yang baik, walaupun tidak bisa dihindari adanya anggapan bakat pada individu tertentu. Materi yang digunakan menuju negosiator yang baik adalah komunikasi, atau yang lebih populer lagi yaitu komunikasi efektif. Dalam pembahasan ini lebih banyak ditujukan kepada lawan bicara dengan teman, untuk yang lainnya perlu dianalisa terlebih dahulu latar belakangnya. Dibedakan kondisi dan situasi serta bentuk komunikasinya.

#### Definisi komunikasi yang diambil dari berbagai referensi :

1. Komunikasi mengacu kepada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan, terjadi dalam satu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik (J.A. Devito, 1997).
2. Komunikasi adalah aktivitas menyampaikan apa yang ada di pikiran, konsep yang kita miliki, dan keinginan yang ingin kita sampaikan pada orang lain.
3. Komunikasi adalah seni mempengaruhi orang lain untuk memperoleh apa yang kita inginkan.
4. Komunikasi adalah *information interchange* yakni pertukaran informasi yang dapat dilangsungkan melalui berbagai media *interface*.(Rid.)

#### Jenis Komunikasi :

1. Komunikasi dengan diri sendiri (intrapribadi) hal ini diperlukan oleh setiap individu terutama dalam hal pengevaluasian terhadap ucapan, tingkah laku kita ataupun progress (kemajuan) hidup kita, selain dari itu juga komunikasi intrapribadi berfungsi sebagai psikiater jiwa kita, baik itu dalam meyakinkan diri kita, meyakinkan kepercayaan diri kita, ataupun dalam hal mempertimbangkan keputusan.
2. Komunikasi antarpribadi : komunikasi antar satu individu dengan satu individu yang lainnya, dalam berinteraksi dengan orang lain, dari suami ke istri dan sebaliknya, dari teman ke teman lainnya untuk membina hubungan dan memeliharanya.
3. Komunikasi satu individu dengan kumpulan individu
4. Komunikasi antar kumpulan individu dengan kumpulan individu yang lainnya, baik yang berupa buah pikir yang kolektif ataupun sebuah karakter , budaya kelompok satu dengan kelompok lainnya, misalnya komunikasi budaya.

## Bentuk komunikasi

1. *Visible communication* : komunikasi yang terlihat oleh mata dan terdengar oleh panca indera, komunikasi ini terdiri dari :

- Komunikasi verbal : komunikasi dengan menggunakan kata-kata atau dengan secara lisan
- Komunikasi non verbal : dengan menggunakan gerak tubuh (tangan mulut, wajah, kaki, baju, penampilan, tindak-tanduk sehari-hari)

2. *Invisible communication* : komunikasi yang hanya bisa dirasakan oleh jiwa kita, setiap orang memiliki bentuk komunikasi ini hanya pengalaman dan konsentrasi yang baik yang menentukannya.

## Komunikasi Efektif :

Komunikasi dengan menempatkan ketepatan kepada orang lain untuk jelas, paham serta setuju dengan sumber komunikasi pada yang utama. Sehingga rumus komunikasi efektif adalah :  $R(\text{penerima})/S(\text{pengirim}) = 1$  . Nilai satu disana berarti tepatnya penyampaian tidak ada penyampaian yang tercecer sehingga membuat penerima tidak jelas, paham ataupun tidak setuju dengan sumber informasi (pengirim).

Perlu kita pahami bahwa dalam berkomunikasi tingkat keefektifan berbeda-beda, dan memang sukar untuk mendapatkan komunikasi efektif yang 100 %, paling sedikitnya 1% kita menggunakan daerah toleran komunikasi yang masih bisa di maklumi, tetapi hindarilah daerah komunikasi tidak efektif yang akan menyebabkan membaurnya informasi sehingga penerima tidak bisa paham dengan apa yang dikatakan pengirim.

Daerah bukan komunikasi adalah daerah dimana tidak adanya ketersambungan informasi .

## **Negosiasi**

### Pengertian :

Negosiasi adalah proses tawar-menawar dengan jalan berunding untuk memberi atau menerima guna mencapai kesepakatan antar pihak yang satu dengan pihak yang lain.

### Negosiasi salah satu cara memengaruhi orang lain

Dalam mempengaruhi orang lain terhadap pendapat kita negosiasi adalah salah satu cara yang baik, karena disana akan terjadi yang namanya persetujuan kedua belah pihak, tanpa adanya paksaan. Tidak dihindari pula dalam negosiasi ini berupa konteks yang monolog (mentoring) jika yang diajak bicara oleh kita adalah orang yang lebih

muda ( yang mau diajak monolog). Ataupun dengan jalan pencarian solusi bersama-sama dengan cara kita mengarahkan pada keinginan kita.

Bentuk negosiasi :

1. Negosiasi secara langsung artinya berhadapan langsung dengan kita.
2. Negosiasi tidak langsung, misalnya dengan melalui telepon.

**Tips Penggunaan Komunikasi Efektif Dalam Negosiasi langsung**

1. *Proactive Communication* .Komunikasi yang diambil adalah komunikasi yang proaktif bukan yang reaktif.

Contoh kata-kata reaktif : tapi kan.. , hal itu buruk sekali.., kamu berpendapat salah, aku kan benar, hal itu tidak logis, ah itu hanya kata-kata klise, hal itu hal yang terpaksa, hal itu takkan pernah bisa.

Contoh kata-kata proaktif : sebaiknya bagaimana?, ada baiknya jikalau hal itu kita minimalisasikan, mudah-mudahan pendapatku ini lebih baik dari yang tadi, mari kita cari solusi yang terbaik, pasti kita akan menemukan jalan lain, aku memilihnya, aku meyakinkannya, yuk kita telaah lebih dalam.

2. *Find the word* . Berlatihlah untuk mendapatkan kata-kata tepat yang tidak membuat orang lain bingung dengan keambiguan , misalnya ada sebuah kalimat “kedudukan tinggi termostat berapa?” pertanyaan ini ada dua pengertian yang pertama suhu yang kedua tinggi termostatnya.

3. *Avoid debate*, karena perdebatan timbul dikarenakan perkataan kita yang membingungkan, ataupun kata-kata kita yang tidak dipahami oleh lawan kita. Berhenti sejenak, persilahkan mereka berbicara, akui apabila kita berbicara yang salah, tanpa pembenaran, lalu kita klarifikasi ke arah kata-kata yang benar.

4. *Explain before bargain*, penawaran dilakukan setelah orang tersebut paham. Orang paham tidak selalu setuju, minimal orang yang paham memiliki kata-kata kita, walaupun tidak setuju. Sebaiknya setelah paham tariklah menuju daerah persetujuan dengan proses penawaran keinginan kita.

5. *Creative learning* :

- Mendengarkan Dengan visible atau invisible comunication: Mendengarkan dengan mata, hati dan telingamu, mendengarkan dengan telinga saja tidak cukup karena hanya 7 % komunikasi yang terkandung dalam kata-kata yang diucapkan, yang selebihnya berasal dari bahasa tubuh (53 %) dan dengan nada/ perasaan adalah 40%.
- Mendengarkan apa yang tidak diucapkan, biasanya seluruh perkataan yang disampaikan orang lain belum tentu apa yang tersembunyi dalam hatinya, maka dengarlah lebih jauh maksud hatinya (tidak dengan

spekulasi, bisa dilihat dengan gerak-gerak ataupun cara bicara mereka). (simulasi konsentrasi “sama”)

- Selami perasaan mereka, berusahalah memakai kacamata mereka, agar paham apa yang mereka lihat ataupun yang mereka rasakan. Misalnya, jikalau mereka memakai kacamata dengan kaca hijau, maka kita berusaha untuk merasakan bagaimana rasanya memakai kaca mata hijau. Kalau kita tetap bersikeras pada saat itu mempertahankan kacamata yang berbeda maka yang terjadi adalah konflik. Sewaktu kita menyampaikan sesuatu yang berat maka rasakanlah jikalau kita menjadi mereka, dan mendapatkan informasi yang sama beratnya. Tetapi dalam hal ini bukan berarti kita tidak menyampaikannya. Maksimalkan seluruh potensi perasaan kita terhadap mereka itu yang lebih penting, dengan demikian kita memiliki waktu yang tepat untuk menyampaikan informasi yang berat tersebut. (simulasi ganda gambar)
- Bersikaplah seperti cermin, cermin kan tidak menghakimi. Cermin tidak memberikan nasihat. Cermin hanya memantulkan. Bersikap seperti cermin maksudnya mengulangi kata-kata sendiri bukan mengulangi kata-kata yang sama, mengulangi maknanya, bukan mengulangi kata-perkata, disinilah akan terasakan keajaiban komunikasi dari hasil creative learning (perlu dicoba).

Contoh meniru :

“Wah Ridwan sekarang aku benar-benar gak konsen di kampus”

“Kamu benar-benar lagi gak konsen di kampus ya... “

“Nilai kamu semua parah.”

“Kamu lagi dapetin nilai parah ya...”

“Kamu ini gimana sih wa selalu meniru apa yang gw katakan, kesal gw ama kamu ..”

Contoh Menjadi cermin:

“Wah Ridwan sekarang aku benar-benar gak konsen di sekolah “

“Kamu lagi banyak pikiran ya..”

“Iya nih aku lagi banyak pikiran di sekolah, urusan ini itu wah pokoknya pusing, dosennya rese lagi “

“kamu lagi kesal ya..”

“Gimana gak kesal coba, udah tahu aku lagi banyak pikiran, orang tuaku ngomel melulu lagi karena nilai kamu parah, ah gimana nih aku bingung???”

Setelah ada kata-kata pertanyaan solusi baru kita boleh menasehatinya. (boleh dicoba)

Ungkapan bahasa cermin :

- “yang saya tangkap, kamu merasa bahwa ..., betul tidak yaa?”
- “Jadi yang saya lihat ini...”

- “Saya mengerti bahwa kamu merasa ...”  
 Ungkapan yang harus dihindari :  
 Ketika teman Ridwan berkata tentang keadaan nilai serta keadaan dikampusnya :” “Wah Ridwan sekarang aku bener-bener gak konsen di sekolah “  
 “Tolong ambilkan Buku itu dong “ (mengawang-awang)  
 “Kedengarannya bagus : (pura-pura mendengarkan)  
 “Bicara masalah teman kita si Ujang..”(Mendengarkan secara selektif)  
 “Kamu kurang berusaha kali “ (menghakimi)  
 “Nilaimu ada masalah ?” (menggali)
6. *Power of sound*, Memakai nada kuat maupun nada lemah. Kapan kita menggunakan nada kuat, kapan kita memakai nada lemah, biasanya nada kuat untuk menandakan kata-kata penting dalam sebuah kalimat, misalnya sebuah dalil quran, pepatah, dll. Usahakan untuk yang selain itu memakai nada lemah (halus). Untuk menandakan point yang dituju dalam sebuah nasihat , contoh  
 “**Aku** tidak bilang kamu punya masalah sikap”  
 “Aku tidak bilang **kamu** punya masalah sikap”  
 “ Aku tidak bilang kamu punya masalah **sikap**”
7. *Use Sosiosentrik less egosentrik*, Kadang kita memiliki ilmu dengan kata-kata yang tinggi, maka hal itu akan menyebabkan egosentrik kalau tidak sesuai dengan keadaan, tetapi pakailah kata-kata sosiosentrik yang memasyarakat, dengan kondisi lawan bicara, baik berupa dalil-dalil, maupun hal-hal yang lainnya.
8. *Equipt something good*, dalam berbicara kita sodorkan apa yang dia senangi, misalnya makanan kecil, dll.

### **Hal lain Yang Perlu Diketahui:**

Tips non verbal ketika berkomunikasi dalam negosiasi:

- Perilaku hangat
- Menatap matanya secara langsung (dengan lembut/segar bukan tajam) (bukan kepada lawan jenis, kecuali yang dinegosiasikan di forum).
- Sentuhlah tangannya, ataupun pahanya (sejenis).
- Senyum
- Wajah riang
- Membuat suasana wajah lucu
- Duduk tepat didapannya
- Jangan melihat apapun kecuali seluruh yang dihadapannya (lawan bicaranya)
- Ekspresif

Komunikasi efektif memang sangat diperlukan dalam proses negosiasi, untuk membuat ketertarikan, karena poin penting dari negosiasi yang berhasil adalah (tidak mutlak)

1. Timbulnya pemahaman menuju persetujuan
2. Timbulnya rasa senang dalam menerima negosiasi
3. Pengaruh pada sikap
4. Hubungan makin baik

#### 6.1.1 Pendefinisian hal-hal yang berkaitan dengan teori komunikasi social dalam negosiasi.

Suatu konsep yang dijadikan sebagai salah satu kajian dalam bidang studi ilmu, sudah barang tentu memiliki teori yang mendasari konseptualisasinya, dimana negosiasi yang merupakan salah satu kajian dalam bidang studi ilmu hubungan internasional juga memiliki teori yang mendasarinya. Teori-teori dalam negosiasi dijadikan acuan dasar demi terlaksananya negosiasi yang seharusnya atau yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan tertentu. Teori permainan (*Game Theory*) dan teori perilaku (*Behavioralisme Theory*) adalah beberapa teori yang memiliki relevansi terhadap pelaksanaan negosiasi.

Pertama, penulis berusaha menjelaskan *game theory* pada kajian negosiasi, terkait dengan mekanisme, unsur, serta kelebihan maupun kekurangannya. Kartono (1994) menjelaskan bahwa teori permainan (*Game Theory*) merupakan teori yang menggunakan pendekatan matematis dalam merumuskan situasi persaingan dan konflik antara berbagai kepentingan. Teori ini dikembangkan untuk menganalisa proses pengambilan keputusan yaitu strategi optimum dari situasi-situasi persaingan yang berbeda-beda dan melibatkan dua atau lebih kepentingan. Menurut Varma (1992), teori permainan merupakan sekumpulan pemikiran yang menguraikan strategi keputusan yang rasional dalam situasi konflik dan kompetisi, ketika masing-masing peserta atau pemain saling berusaha memperbesar keuntungan dan memperkecil kerugian.

Pada awalnya *Game theory* berasal dari berbagai permainan seperti catur, poker atau bridge yang mengandung unsur-unsur konflik, pembuatan keputusan dan kerjasama, yang dimainkan antara dua orang pemain atau lebih. Setiap pemain berusaha memenangkan setiap permainan dari berbagai tindakan yang

dilakukannya. Strategi merupakan konsep inti dalam teori permainan serta mengharapkan rasionalitas pada perilaku para pemain meskipun ada kemungkinan pembuat keputusan. Asumsi yang menyokong teori permainan tersebut adalah pemain tidak hanya sepenuhnya rasional tetapi sungguh-sungguh sadar diri mengenai prioritas di antara tujuannya dan memiliki pengetahuan yang lengkap mengenai strategi yang dapat digunakannya untuk mendapatkan keuntungan (Varma 1992, 406).

Unsur-unsur yang terdapat pada teori ini menurut Ahadi (t.t), yakni pertama, matriks permainan yang menunjukkan hasil dari strategi-strategi permainan yang berbeda, dimana hasil tersebut divisualisasikan dalam bentuk ukuran efektivitas. Kedua, strategi permainan itu sendiri yang merupakan kegiatan menyeluruh para pemain, sebagai reaksi atas aksi yang mungkin dilakukan oleh pemain lain. Kemudian yang ketiga adalah aturan permainan, yang menggambarkan kerangka strategi yang akan dipilih oleh para pemain. Keempat yakni nilai permainan, apabila permainan dikatakan adil maka nilai dari permainan tersebut 'nol' yang diartikan bahwa tidak ada pemenang dalam permainan tersebut, sementara apabila terdapat pemenang maka hasil atau nilainya bukan 'nol'. Kelebihan dari teori ini yakni perhitungannya yang begitu matematis sehingga kecil kemungkinan terjadinya kecurangan. Namun sayangnya, teori ini tidak memperhatikan sikap pemain dengan pesaingnya, sehingga apabila terdapat pemain yang kalah maka si pemenang tidak peduli dan hanya peduli dengan keuntungan yang ia dapat.

Selain teori permainan, teori lainnya yakni teori perilaku yang juga mendasari aktivitas negosiasi. Dimana teori ini fokus pada perilaku ataupun tingkah laku yang dilakukan oleh para negosiator sebagai akibat stimulus. Seorang negositor yang ulung dapat mengetahui pandangan lawan negosiator lainnya (sepakat atau tidak) dengan melihat perilaku, mimik wajah, maupun tindakan yang ia terapkan. Sehingga dengan kata lain, karakter dari setiap negosiator akan terdefinisikan masing-masing, melalui tingkah laku yang mereka aplikasikan dalam negosiasi. Pada dasarnya teori perilaku ini merupakan kajian Psikologi yang diaplikasikan melalui teori belajar. Salah satu tokoh terkenal yang merupakan aliran behavioralisme ini yakni Skinner seperti yang dikutip oleh Slavin (2000) mengatakan bahwa, respon yang diterima seseorang



tidak sederhana semata respon, karena stimulus-stimulus yang diberikan akan saling berinteraksi dan interaksi antar stimulus itu akan memengaruhi respon yang dihasilkan. Respon yang diberikan ini memiliki konsekuensi-konsekuensi. Konsekuensi-konsekuensi inilah yang nantinya memengaruhi munculnya perilaku.

Oleh karena itu dalam memahami tingkah laku seseorang secara benar harus memahami hubungan antara stimulus yang satu dengan lainnya, serta memahami konsep yang mungkin dimunculkan dan berbagai konsekuensi yang mungkin timbul akibat respon tersebut. Skinner juga mengemukakan bahwa dengan menggunakan perubahan-perubahan mental sebagai alat untuk menjelaskan tingkah laku hanya akan menambah rumitnya masalah. Hal ini kemudian mengacu pada kelemahan dari teori ini, bahwa tidak menutup kemungkinan emosi negatif muncul sebagai ketidaksetujuan seorang negosiator, yang mana emosi negatif tersebut merupakan hasil stimulus yang diberikan oleh negosiator lain. Namun kelebihannya adalah negosiator tidak perlu melakukan perhitungan matematis yang memakan waktu panjang untuk melihat hasil akhir dari negosiasi, karena cukup melihat dan mengidentifikasi tindakan negosiator lawan, apakah mereka setuju atau tidak.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa teori negosiasi terbagi menjadi dua yakni teori permainan dan teori perilaku, dimana masing-masing keduanya memiliki mekanisme serta kelebihan maupun kekurangan. Ide dasar teori permainan adalah tingkah laku strategis dari pemain atau pengambil keputusan. Anggapannya bahwa setiap pemain mempunyai kemampuan untuk mengambil keputusan secara bebas dan rasional. Berbeda dengan teori perilaku yang fokus pada stimulus dan respon sebagai akibat perilaku yang ditunjukkan, terkait dengan situasi dan kondisi.

6.1.2 Memahami negosiasi dalam komunikasi dalam berbagai aktivitas komunikasi interpersonal di kampus, masyarakat, dan tempat kerja.

Menurut Casse, ada tiga tahapan penting dalam bernegosiasi, yaitu tahap perencanaan (sebelum negosiasi), tahap implementasi (selama negosiasi), dan tahap peninjauan (setelah negosiasi).

1. Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan negosiasi membutuhkan dua komponen yaitu: merencanakan sasaran negosiasi dan memperjelas proses bernegosiasi.

Komponen pertama adalah sasaran negosiasi yang dimana apa hasil yang diharapkan dalam bernegosiasi. Hal ini merupakan salah satu alasan utama mengapa seseorang bernegosiasi. Penentuan sasaran atau target dalam bernegosiasi sangat penting sebagai arahan atau petunjuk dalam bernegosiasi.

Komponen kedua adalah proses negosiasi sebelum mencapai sasaran yang telah ditentukan sebelumnya, perlu diketahui bahwa dalam setiap negosiasi sangat diperlukan yang namanya proses negosiasi yang melibatkan kedua belah pihak. Proses negosiasi merupakan suatu proses tawar-menawar yang diharapkan mampu menghasilkan suatu kesepakatan di kedua belah pihak yang saling menguntungkan.

2. Tahap Implementasi

Tahap implementasi merupakan tahapan penerapan atau tindakan yang diperlukan agar mencapai sukses dalam bernegosiasi.

3. Tahap Peninjauan Negosiasi

Tahap ini merupakan tahapan setelah berlangsungnya suatu proses negosiasi. Tahapan ini memiliki arti yang sangat penting bagi seorang negosiator dalam meninjau kembali apa yang sudah dilakukannya selama bernegosiasi.

## STRATEGI DAN TAKTIK NEGOSIASI

Strategi negosiasi yang merupakan cara atau teknik untuk mencapai tujuan bernegosiasi. Untuk mencapai kesepakatan kedua belah pihak memang diperlukan strategi yang tepat. Ada beberapa strategi negosiasi yang dapat digunakan dalam bernegosiasi, yaitu:

- Strategi Kooperatif

1. Sasarannya mencapai kesepakatan kedua belah pihak.
2. Memakai semboyan win-win solution (saling menguntungkan)
3. Mempercayai pihak lawan.
4. Melakukan kompromi jika diperlukan dan timbal balik.
5. Menciptakan landasan dan kepentingan bersama.

- Strategi Kompetitif

1. Sasaran strategi ini adalah mengalahkan lawan.
2. Tidak mempercayai lawan dan siap bertarung.
3. Tidak memberikan apa-apa dan menghabiskan semuanya.

- Strategi Analitis

1. Mempunyai filosofi bahwa seorang negosiator adalah pemecah masalah (problem solver), bukan seorang petarung.
2. Memandang negosiasi sebagai bentuk latihan dalam memecahkan masalah, dan bukannya sebagai permainan.
3. Berusaha kreatif dan bersama-sama mencari alternatif solusinya.
4. Membuat alasan yang rasional dan bukan atas dasar perasaan.

- Kedua Belah Pihak Memiliki Beberapa Kebutuhan yang Harus Dipenuhi.

Jika Anda menjual mobil, maka pembeli jelas memiliki beberapa kebutuhan untuk transportasi. Dia juga memiliki kebutuhan finansial, keterbatasan waktu, kebutuhan psikologis, dan sebagainya. Semakin kita mampu mengenali kebutuhan pihak lain, semakin besar kemungkinan kita untuk menjadi sukses dalam negosiasi.

- Kedua Belah Pihak Harus Menghindari Filosofi Menang-Kalah.

Terkadang mungkin tampak bahwa negosiasi adalah pengalaman satu-shot. Ini dapat membawa kita untuk menyimpulkan bahwa

kita tidak perlu khawatir tentang etika yang terlibat. Namun, banyak diantara kita berpapasan dengan orang yang sama lagi, sehingga reputasi jangka panjang sangat penting. Orang memiliki ingatan yang panjang. Jika kita memperlakukan mereka dengan baik, mereka cenderung ingin membalas Budi pada suatu saat dimasa mendatang. Hal ini terutama berlaku dalam hubungan seperti berlangsung keluarga, dengan teman, seorang di tempat kerja, negosiator berpengalaman bekerja keras untuk memiliki pihak lain merasa baik tentang hasil negosiasi itu.

· Banyak Masalah Yang (Berpotensi) Dinegosiasikan.

Ketika kita melihat kontrak formal seperti bentuk cetakan, kekuatan otoritas membuat kita merasa bahwa kita tidak memiliki keleluasaan untuk mengubah salah satu syarat dalam kontrak itu. ini mungkin asumsi yang salah (cohen, 1980).

Salah satu masalah yang paling fleksibel atau dinegosiasikan adalah tenggang waktu. misalnya, seseorang mungkin akan meminta Anda untuk menyelesaikan tugas dengan tenggang waktu tertentu. Anda mungkin ingin mencoba negosiasi batas waktu bahwa ketika Anda mulai mendapatkan lebih banyak pengalaman sebagai seorang negosiator.

· Makna Dan Standar Tidak Selalu Sama.

Kita melihat bahwa ada banyak potensi kesalahpahaman yang berbasis di penggunaan bahasa. Dalam negosiasi, sangat penting untuk diingat bahwa ada potensi besar untuk mengasumsikan bahwa kita menggunakan makna dengan cara yang sama padahal sebenarnya kita tidak.

## PRINSIP NEGOSIASI

Seperti yang akan kita lihat, negosiasi berprinsip memiliki empat aturan dasar praktis, yakni:

1. Pisahkan Permasalahan Dari Orang Atau Kelompok.  
Fisher, (1991): dalam negosiasi diterapkan (menjadi) keras pada masalah, (tapi) lembut pada orang-orang. Jika pihak lain berperilaku emosional, biasanya tidak baik dalam melakukan negosiasi.
2. Fokus Pada Kepentingan, Bukan Posisi  
Pendekatan dalam masalah ini difokuskan pada kepentingan bersama dan bukan pada posisi tertentu. Negosiator yang fokus pada posisi karena mereka mungkin tidak menyadari pendekatan alternatif.

Jika Anda mencoba untuk memutuskan di mana untuk bertemu, Anda mungkin berkata, "tempat saya atau Anda?" ini adalah cara yang sangat umum untuk memutuskan sesuatu. Namun, tidak selalu cara terbaik ketika partai-partai atau kelompok tertentu memiliki waktu untuk menyetujui. (Fokus pada posisi)

Mungkin alternatif yang lebih baik akan bertanya, "di mana Anda akan merasa nyaman pertemuan?" (Fokus pada kepentingan)

3. Menemukan Berbagai Pilihan Untuk Keuntungan Bersama  
Pemecahan masalah dan pengambilan keputusan dapat menjadi proses yang kompleks. Salah satu kesalahan yang paling umum adalah untuk melompat langsung ke fase solusi tanpa hati-hati melihat definisi masalah, gejala dari masalah, akar penyebab gejala tersebut, dan kriteria untuk sebuah solusi yang efektif. Untuk mencapai sebuah negosiasi yang baik haruslah disediakan beberapa pilihan alternatif untuk mencapai keuntungan satu sama lain, tidak ada yang merasa dirugikan.

4. Menggunakan Kriteria Objektif  
Ketika Anda berencana untuk membeli atau menjual mobil bekas, Anda dapat menggunakan apa yang disebut buku biru yang berisi daftar nilai-nilai semua merek dan model mobil masing-masing model tahun. Anda berbicara berdasarkan data dan fakta sehingga menyakinkan orang yang ingin membeli mobil tersebut agar jadi membeli mobil yang anda tawarkan. Ini semua contoh menggunakan kriteria objektif yang menjadi dasar negosiasi Anda.

## 2.6 NEGOSIATOR YANG BAIK

Agar seorang negoisator sanggup menjadi seorang negoisasi yang baik dibutuhkan pula ketrampilan dan wawasan yang luas berikut kami sajikan beberapa sikap agar menjadi seorang negoisasi yang baik:

- Pantang Menyerah.
- Komunikatif.
- Cerdas dan Berwawasan.
- Selera Humor.
- Perhatian.
- Sabar.
- Jujur.

- Inisiatif dan Kreatifitas.
- Sensitif atau Peka.

## BIAS KOGNITIF DALAM NEGOSIASI

Terdapat 12 bias kognitif dalam negosiasi dan cara mengatasinya

1. **Eskalasi Komitmen yang Irrasional**  
Tindakan yang diambil negosiator yang sudah tidak memedulikan apa yang perlu dievaluasi, karena tindakan yang sama terus dilakukan tanpa melihat bagaimana hasil yang telah dicapai, sehingga hasilnya tidak optimal bahkan sia-sia. Hal ini dapat diatasi dengan adanya penasihat yang dapat memberikan pencerahan bahwa tindakan tersebut sudah tidak lagi optimal dan hanya membuang sumber daya.
2. **Keyakinan pada Harga Mati (Rigid)**  
Menganggap bahwa hasil yang dicapai dalam negosiasi tidak sesuai yang diharapkan atau kebuntuan, sehingga tidak melakukan tindakan lain dengan asumsi bahwa tindakannya akan sia-sia. Dapat diatasi dengan memberikan dukungan terhadap negosiator dengan mencari tindakan alternatif yang diyakini akan berhasil.
3. **Pengarahan dan Penyesuaian,**  
Merupakan penilaian atas input yang diterima negosiator tersebut bertolak belakang dengan kepentingan awalnya, sehingga cenderung untuk mengambil tindakan penyesuaian yang berlawanan/ skeptis, atau mempertimbangkan kembali tindakan apa yang perlu diambil, persiapan dengan bantuan advokat berlawanan atau pemeriksaan realitas diharapkandapat mencegah bias tersebut.
4. **Pembingkaihan Isu dan Resiko,**  
Dalam menggunakan perspektif saat proses negosiasi, maka akan ada kemungkinan yang menyebabkan negosiator harus menghindari tindakan tertentu sehingga terkesan “cari aman”/ tidak mengambil resiko, dihindari dengan kepekaan terhadap bias, pemahaman informasi dan analisa menyeluruh sehingga diterima bahwa resiko itu pasti dan pencapaian lebih tinggi dapat dicapai.

5. Ketersediaan Informasi,  
bahwa informasi yang disampaikan dalam proses negosiasi harus dapat dengan mudah didapatkan/ diterima oleh negosiator lawan sehingga juga memudahkan dalam evaluasi selanjutnya. Maka dengan cara penyampaian yang menarik dan atraktif dinilai akan mempermudah penerimaan serta membuatnya mudah diingat.
6. Kutukan Pemenang,  
Ketidakpuasan yang muncul atas kemudahan terhadap keberhasilan selama proses negosiasi, sehingga menganggap apakah memang dalam negosiasi terlalu banyak power/ resource yang dikeluarkan terhadap negosiator lawan, atau seharusnya ada kesepakatan yang cenderung lebih baik dan menguntungkan. Untuk mengatasinya, persiapan menyeluruh dan investigasi terhadap isu hingga opsi alternatif/ keuntungan yang lain dalam negosiasi yang dinilai cenderung lebih baik.
7. Kepercayaan Diri Berlebih,  
memiliki segi positif yaitu menguatkan persepsi negosiator status/ posisi yang dimiliki, tetapi dampak negatifnya adalah menganggap terlalu mudah proses negosiasi tersebut dilakukan dan dengan hasil yang optimal, sehingga negosiator memiliki kecenderungan untuk lengah dan hasil yang didapatkan justru sebaliknya. Maka sebaiknya, proporsionalitas atas percaya diri, kemampuan, persiapan, dan analisa terhadap power/ resource perlu dijaga.
8. Hukum Angka Kecil,  
dalam melakukan tindakan dan mengambil keputusan hanya berasal dari pertimbangan yang terlalu sedikit, atau kurangnya aspek/faktor lain yang perlu diperhatikan serta sampel/hasil data yang sedikit. Sehingga mengakibatkan ketidakakuratan tindakan/keputusan tersebut. Maka hendaknya mengambil banyak faktor yang perlu diperhatikan serta analisa yang mendalam supaya hasilnya akurat dalam berbagai kondisi.

9. Bias Pelayanan Diri,  
pemberian atribut terhadap tindakan negosiator tertentu yang berlatarbelakangi atas faktor internal yang dialami oleh negosiator tersebut, sehingga kurang memperhatikan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi tindakan/sikap yang muncul. Hendaknya sebagaimana sebelumnya, memperhatikan apa yang ada dari segala aspek sehingga dapat dianalisa secara dalam dan didapatkan apa yang benar dan merupakan penyebabnya.
10. Pengaruh Dukungan,  
dengan adanya dukungan akan meningkatkan keyakinan/optimis terhadap hasil negosiasi, sehingga akan berakibat seperti poin kepercayaan diri berlebih diatas, dan mengganggu pencapaian kesepakatan yang paling baik. Maka dukungan tersebut harusnya disikapi sebagai motivasi eksternal seorang negosiator dalam mewujudkan kepentingan, bukan hanya resource yang tersedia.
11. Mengabaikan Kognisi Pihak Lain,  
yaitu dengan sikap negosiator yang kurang/ tidak memperhatikan pemikiran dan persepsi pihak lain, sehingga persepsi dirinya terhadap pihak lain akan tidak harmonis sehingga terjadi kesalahan penafsiran apa sikap/ tindakan yang hendak diambil oleh negosiator lawannya. Maka seorang negosiator hendaknya berusaha untuk memahami secara akurat latar belakang baik itu minat, target maupun perspektif negosiator lawannya.
12. Proses Devaluasi Reaktif  
penggunaan dasar emosionalitas dan ketidakpercayaan terhadap pihak lain serta cenderung subjektif. Sehingga akan menilai rendah dan mendevalusi konsesi pihak lawan. Maka, seorang negosiator hendaknya menjunjung tinggi objektivitas proses negosiasi dan menghindari penggunaan dasar emosi maupun prasangka yang buruk.

## **7 Pertemuan 7**

### **7.1 Memberikan penjelasan mengenai lobi dalam komunikasi.**

Menurut kamus Webster, Lobby atau Lobbying berarti: Melakukan aktivitas yang bertujuan mempengaruhi pegawai umum dan khususnya anggota legislatif dalam pembuatan peraturan.



Menurut Advanced English & ndash; Indonesia Dictionary, Lobby atau Lobbying berarti: Orang atau kelompok yang mencari muka untuk mempengaruhi anggota Parlemen. Sedangkan Lobbyist berarti: Orang yang mencoba mempengaruhi pembuat undang-undang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, melobi ialah melakukan pendekatan secara tidak resmi, sedangkan pelobian adalah bentuk partisipasi politik yang mencakup usaha individu atau kelompok untuk menghubungi para pejabat pemerintah atau pimpinan politik dengan tujuan mempengaruhi keputusan atau masalah yang dapat menguntungkan sejumlah orang.

Dalam tulisan ini istilah lobby atau Lobbying di Indonesia-kan menjadi Lobi, sedangkan istilah lobbyist di Indonesia-kan menjadi Pelobi, yaitu orang yang melakukan Lobi. Definisi Lobi dapat disusun sebagai suatu upaya pendekatan yang dilakukan oleh satu pihak yang memiliki kepentingan tertentu untuk memperoleh dukungan dari pihak lain yang dianggap memiliki pengaruh atau wewenang dalam upaya pencapaian tujuan yang ingin dicapai.

Lobi adalah suatu upaya pendekatan yang dilakukan untuk mempengaruhi dengan tujuan kepentingan tertentu. Dalam perkembangannya lobi dimaknai sebagai pendekatan (approach). Lobi adalah pendekatan awal yang menjurus ke suatu tujuan yang menguntungkan, baik satu ataupun kedua belah pihak. Kegiatan lobi tidak hanya diperlukan oleh individu untuk memperoleh apa yang menguntungkan dari pihak lain, tetapi juga diperlukan bagi kepentingan suatu organisasi. Bagi suatu organisasi kegiatan melobi diperlukan demi suksesnya pelaksanaan rencana-rencana. Disini fungsi agensi-agensi pemerintah sangat diperlukan dalam memberikan izin usaha, hak paten yang sifatnya memudahkan dan menguntungkan organisasi.

Dalam kondisi ini lobi adalah proses penyampaian argumentasi-argumentasi yang bersifat mendukung posisi organisasi kepada pejabat. Dalam sebuah bisnis, lobi merupakan permulaan dari sebuah negosiasi. Tetapi dalam proses negosiasi, lobi sering digunakan untuk mengatasi tahap-tahap negosiasi yang mengalami jalan buntu dan tidak menemukan kata sepakat. Jika negosiasi sampai pada tahap ini, saat jeda bisa dimanfaatkan negosiator untuk melakukan pendekatan-pendekatan ulang, agar menemukan titik temu ke arah sepakat.

Kegiatan lobi dapat dilakukan secara individual maupun kelompok dengan sasaran lobi juga bisa individu yang berpengaruh, kelompok, lembaga pemerintahan (legislative, eksekutif maupun yudikatif) dan lembaga/organisasi non pemerintah dan, perusahaan swasta. Lobi memiliki manfaat untuk memberikan pengertian yang menyeluruh mengenai sebuah tujuan baik individu maupun perusahaan, kegiatan ini bisa dimanfaatkan untuk menyamakan persepsi mengenai banyak hal yang berkaitan dengan keinginan dan tujuan masing-masing. Dari lobi kemudian juga bisa ditemukan peluang-peluang yang bisa dimanfaatkan kedua belah pihak yang diteruskan lewat kegiatan negosiasi yang akhirnya bisa menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Definisi lain mengenai Lobi adalah suatu kegiatan dari orang-orang yang berusaha untuk mempengaruhi orang lain untuk suatu tujuan tertentu, baik itu sebuah lembaga pemerintahan maupun suatu organisasi tertentu. Tiap aktifitas lobi mengandung dua elemen utama, yakni kontak dan pengaruh, dimana pada tiap lobi selalu diawali dan diakhiri dengan “kontak”.

Menjadi pelobi memerlukan keterbukaan wawasan, pengetahuan, dan pengalaman cukup yang kesemuanya diperoleh melalui proses pengembangan yang berkesinambungan yang pada awalnya mencakup pengembangan kompetensi untuk mengelola kombinasi “kontak-target-waktu-tempat” secara efektif dan efisien. Hal ini dapat diwujudkan secara nyata apabila pelobi membekali diri dengan keterampilan membangun hubungan dengan orang lain (interpersonal) dan kemampuan untuk menjadi active listener dan assertive presenter. Seorang pelobi juga harus meluangkan waktu untuk mendalami topic lobbying sehingga tidak terjebak dalam kondisi yang tidak menguntungkan dan membahayakan misi lobi yang sebenarnya. Intuisi, fleksibilitas, dan sensitivitas dalam mengelola situasi merupakan elemen pendukung kesuksesan lobi.

### **Fungsi Lobi**

Fungsi lobi adalah untuk melindungi kepentingan organisasi/lembaga bisnis dengan membuka komunikasi pada pihak pengambil keputusan, diantaranya: membangun koalisi dengan organisasi-organisasi lain, mengumpulkan informasi dan mempersiapkan laporan untuk legislator

yang mewakili posisi organisasi dalam isu-isu kunci. Ada tiga jenis lobi, yakni:

1. Lobi tradisional, pelobi mendekati pengambil keputusan.
2. Lobi akar rumput, menggunakan masyarakat untuk mempengaruhi pengambil keputusan.
3. Lobi political action committee, komite-komite yang dibentuk perusahaan-perusahaan besar agar wakilnya dapat duduk di parlemen/pemerintah.

### **Langkah-langkah lobi dilakukan dengan:**

1. Mengetahui motif-motif orang yang terlibat dalam lobi.
2. Mewaspadai jebakan.
3. Menetralisir sikap lawan.
4. Memperbesar situasi media dan menyusun rancangan pendekatan media.

Lobi memiliki beberapa karakteristik yaitu bersifat informal dalam berbagai bentuk, pelakunya juga beragam, dapat melibatkan pihak ketiga sebagai perantara, tempat dan waktu fleksibel dengan pendekatan satu arah oleh pelobi. Ada beberapa cara untuk melakukan lobi baik yang legal maupun ilegal, secara terbuka maupun tertutup/rahasia, secara langsung ataupun tidak langsung. Sebagai contoh: upaya penyuaipan dapat dikategorikan sebagai lobi secara langsung, tertutup dan ilegal. Lobi semacam ini jelas melanggar hukum, namun karena bersifat tertutup/rahasia, agak sulit untuk membuktikannya (contoh: kasus-kasus lobi pemenangan tender dengan pendekatan gula-gula/wanita, seperti yang sering diberitakan diberbagai mass media).

#### **7.1.1 Pendefinisian hal-hal yang berkaitan dengan teori komunikasi social dalam lobi.**

Pengertian Lobi dalam kamus Bahasa Inggris-Indonesia susunan John M. Echols dan Hassan shadily ataupun kamus besar bahasa Indonesia publikasi departemen pendidikan Nasional ( d.h. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan ). Dalam kamus Inggris ~ Indonesia yang disusun oleh John M. Echols dan Hassan shadily.

Lobi diartikan :

- Ruang masuk (Gedung)
- Mencoba mempengaruhi

Lalu lobbyst diartikan :

- Seseorang yang mencoba mempengaruhi pembuat undang-undang dan lain-lainnya.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, disebutkan lobi adalah :

- Ruang teras didekat pintu masuk hotel, bioskop dan lain sebagainya yang dilengkapi dengan beberapa perangkat meja-kursi yang berfungsi sebagai ruang duduk atau ruang tunggu.

Melobi diartikan :

- Melakukan pendekatan secara tidak resmi

Pelobian diartikan :

- Bentuk partisipasi politik yang mencakup usaha individu atau kelompok untuk menghubungi para pejabat pemerintahan atau pemimpin untuk dengan tujuan mempengaruhi keputusan atau masalah yang dapat menggantungkan sejumlah orang.

Jika tadi adalah pengertian menurut kamus, berikut ini adalah pengertian Menurut Tarsis Tarmudji Lobi adalah suatu (bentuk) pressure group yang mempraktikkan seni mendapatkan teman yang berguna, dan memengaruhi orang lain. Menurut A.B. Susanto Melobi pada dasarnya merupakan usaha yang dilaksanakan untuk memengaruhi pihak-pihak yang menjadi sasaran agar terbentuk sudut pandang positif terhadap topik lobi. Dengan demikian, diharapkan memberikan dampak positif pula bagi pencapaian tujuan kita.

Maka dapat ditarik beberapa pokok pikiran yang menjelaskan tentang lobi, yaitu:

1. Kegiatan lobi melibatkan beberapa pihak, yaitu pelobi dan yang dilobi.
2. Sasaran pelobi, orang atau pihak yang dilobi (biasanya pemerintah, politisi, tokoh yang memiliki kekuasaan atau pengaruh yang besar).
3. Kegiatan lobi dapat dilakukan secara individual ataupun berkelompok, dengan sasaran berupa individu berpengaruh, kelompok, lembaga pemerintahan, lembaga nonpemerintah, perusahaan swasta, dan sebagainya.
4. Pelobi melakukan kegiatan lobinya dengan tujuan untuk memengaruhi mereka yang menjadi sasaran lobi.
5. Kegiatan lobi juga dimaksudkan untuk memperoleh teman yang berguna.
6. Ada unsur pressure (tekanan) pada saat kegiatan lobi tengah berlangsung untuk memperoleh hal yang diinginkan dengan cara-cara yang halus.
7. Lobi adalah kegiatan yang bersifat informal atau tidak resmi.

8. Melihat asal katanya, lobi adalah ruang teras di dekat pintu masuk hotel, bioskop, dan sebagainya.

### **POSISI LOBI DALAM KOMUNIKASI**

5 konteks atau tingkatan analisis dalam komunikasi (Littlejohn, 1989)

- Komunikasi Intrapribadi (intrapersonal communication). Komunikasi yang terjadi dalam diri sendiri dan pelakunya berbicara dengan diri sendiri secara sadar atau tanpa disadari. Contohnya: berpikir.
- Komunikasi Antarpribadi (interpersonal communication). Komunikasi yang dilakukan antara dua orang (dyadic communication), biasanya dalam bentuk tatap muka langsung
- Komunikasi Kelompok (group communication). Sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama.
- Komunikasi Organisasi (organization communication). Tidak jauh berbeda dengan komunikasi kelompok, hanya saja kegiatan komunikasinya bersifat lebih formal dan lebih mengutamakan prinsip-prinsip efisiensi dan efektivitas.
- Komunikasi Massa (mass communication). Komunikasi yang menggunakan media massa sebagai medium atau salurannya, baik media cetak maupun elektronik, dan biasanya kegiatan komunikasi nya dikelola suatu lembaga atau orang yang dilembagakan.

### **HUBUNGAN LOBI DAN KOMUNIKASI**

Lasswel mendefinisikan komunikasi dengan: *who says what-in which channel-to whom-and with what effect.*

Maka komponen dalam komunikasi terdiri dari:

1. Komunikator (siapa)
2. Pesan (mengatakan apa)
3. Saluran (melalui saluran apa)
4. Komunikan (kepada siapa)
5. Efek (dengan efek bagaimana)

Bila dikaitkan dengan kegiatan Public Relations, maka PR harus benar-benar memahami esensi dari kegiatan komunikasi itu sendiri agar tujuannya (pencitraan) dapat tercapai.

Adapula hubungan lobi dan komunikasi menurut salah satu ahli, yakni :

- Lobi merupakan kegiatan komunikasi yang bersifat informal guna membujuk, merayu, atau mempengaruhi pihak lain agar pihak lain tersebut menyetujui usulan, gagasan ataupun pokok pikiran si pelobi.
- Lobi dapat dilakukan di dalam beberapa konteks komunikasi, seperti komunikasi intrapribadi, interpribadi, kelompok, organisasi, dan massa.
- Dalam komunikasi organisasi, kerangka berpikir anggota organisasi harus diperhatikan karena satu dan lainnya berbeda-beda.
- Keberhasilan lobi dalam komunikasi kelompok dipengaruhi karena adanya teori tentang komunikasi kelompok itu sendiri, alasannya adalah lobi kerap dilakukan tidak hanya orang per orang , melainkan dilakukan tim.
- Dalam komunikasi politik, lobi juga berhubungan dengan propaganda (teknik mempengaruhi), dan komunikasi persuasif (tujuan ingin membujuk).
- Dalam komunikasi antar budaya, lobi sangat diperlukan bagi para pelobi terutama bila sasarannya adalah orang dari daerah atau bahkan negara yang berbeda, sehingga konflik tidak akan terjadi.

## **FUNGSI LOBI**

Menurut Grunig dan Hunt (1984), kegiatan melobi meliputi:

- Membangun koalisi dengan organisasi-organisasi lain, berbagai kepentingan dan tujuan-tujuan untuk melakukan usaha bersama dalam memengaruhi wakil-wakil legislatif.
- Mengumpulkan informasi dan mempersiapkan laporan untuk legislator yang mewakili posisi organisasi dalam isu-isu kunci.
- Melakukan kontak dengan individu-individu yang berpengaruh, dan wakil-wakil dari agensi yang menyatu.
- Mempersiapkan pengamat dan pembicara ahli untuk mewakili posisi organisasi terhadap legislator.
- Memusatkan debat pada isi kunci, fakta, dan bukti-bukti yang mendukung posisi organisasi.
- Mempengaruhi keputusan atau kebijakan pihak lain sehingga baik keputusan maupun kebijakan yang diambil akan menguntungkan pelobi, organisasi ataupun pelobi.

## **PERSIAPAN SEBELUM MELOBI**

1. Langkah-langkah Persiapan:
  - Pahami prinsip-prinsip kegiatan lobi kita.
  - Kenali sasaran lobi kita.
  - Pahami prinsip-prinsip membangun kepercayaan sasaran lobi terhadap diri kita.
  - Berikan gambaran manfaat yang didapat bila mendukung atau mengabdikan permintaan kita.
  - Persiapkan berbagai fasilitas pendukung (waktu, tempat, dan acara).  
Mengetahui parameter keberhasilan kita sama pentingnya dengan mengetahui tujuan lobi kita.
1. Sasaran yang dilobi
2. Lobi terhadap pemerintah (lembaga legislatif, yudikatif, eksekutif) Kedudukan pemerintah adalah kedudukan tertinggi dalam sebuah pemerintah. Merekalah yang memiliki kekuasaan tertinggi dalam sebuah negara untuk mengeluarkan peraturan atau undang-undang.
3. Lobi terhadap organisasi atau perusahaan lain, seperti:
  - perbankan
  - kompetitor
  - media
  - lobi dengan perusahaan mitra strategis
  - asosiasi
  - supplier
  - LSM
  - perusahaan farmasi
  - perusahaan ekspor-impor
  - perusahaan jasa konsultan

### **SASARAN LOBI**

1. Golongan masyarakat yang biasa disebut dengan Kalangan Kosmopolit. Mereka adalah orang yang memiliki wawasan dan pengetahuan yang cukup luas, yang tidak diragukan lagi kemampuan maupun kecakapannya.
2. Anggota organisasi yang memiliki kontak paling penting dengan pihak-pihak legislatif, eksekutif maupun yudikatif.
3. Tokoh masyarakat yang sudah dikenal kredibilitasnya, integritas maupun reputasinya, tokoh LSM, dan individu-individu berpengaruh lainnya.

4. Kalangan jurnalis (wartawan dan redaktur) yang memiliki networking dan jaringan informasi cukup luas, serta memiliki power untuk membentuk opini.
5. Pejabat tinggi negara seperti anggota legislative (DPR/D), eksekutif (pejabat pemerintah, seperti menteri, dirjen, gubernur, walikota, dan sebagainya) dan yudikatif (MA, Departemen Kehakiman dan HAM), yang keputusannya bisa mengubah segalanya baik di bidang politik, hukum, perundang-undangan, sosial ekonomi, dan sebagainya.

## **TUJUAN LOBI**

1. Mencapai laba  
Pada organisasi nirlaba, laba adalah mendapatkan dukungan moral, materi dan dukungan pendanaan, organisasi nirlaba tidak akan dapat menjalankan organisasinya.
1. Berkesinambungan (sustainable)
2. Memberikan keuntungan kepada masyarakat dan Negara.  
Tujuan PR Menguasai Kemampuan Melobi:
  - Untuk menciptakan hubungan dengan berbagai pihak yang memiliki pengaruh di berbagai bidang kehidupan.
  - Mempengaruhi dan meyakinkan pihak-pihak yang terkait, yang sesuai dengan kepentingan
  - organisasi atau perusahaan.
  - Menempatkan posisi tawar-menawar organisasi pada tempat yang menguntungkan, namun tidak merugikan pihak-pihak tersebut.

- 7.1.2 Memahami lobi dalam komunikasi dalam berbagai aktivitas komunikasi interpersonal di kampus, masyarakat, dan tempat kerja.

Manusia adalah makhluk sosial yang hidup secara berkelompok. Dalam hidup bersama itu, manusia menjalin hubungan antara pribadi dan pribadi, antara pribadi dan kelompok, dan antara kelompok yang satu dengan kelompok yang lainnya untuk menghubungkan diri. Untuk itu perlu adanya jalinan komunikasi agar diantara mereka terdapat saling pengertian.



Komunikasi antar pribadi adalah mempelajari gejala yang sama mengenai pernyataan manusia.

Pernyataan manusia bertujuan untuk dapat mempengaruhi dan mengubah sikap orang lain.

Lobbying & Negosiasi sering diartikan sebagai proses yang melibatkan upaya seseorang untuk mengubah dan mencapai kesepakatan yang menyangkut kepentingan timbal balik dari pihak-pihak dengan sikap, sudut pandang, dan kepentingan yang berbeda satu sama lain. Lobbying & Negosiasi yang dilakukan oleh seseorang dengan orang lainnya, senantiasa melibatkan pihak-pihak yang memiliki latar belakang berbeda dalam hal wawasan, cara berpikir, corak perasaan, sikap dan pola perilaku, serta kepentingan dan nilai-nilai yang dianut.

Pada hakekatnya lobbying & negosiasi perlu dilihat dari konteks antar budaya dari pelobby. Dalam lobby perlu komunikasi antar pribadi, kesediaan untuk memahami latar belakang, pola pemikiran, dan karakteristik masing-masing serta kemudian berusaha untuk saling menyesuaikan diri.

Lobbying & Negosiasi dalam kegiatan komunikasi antar pribadi berpedoman pada komponen:

1. Komunikator, orang yang melaksanakan komunikasi terhadap orang lain, orang yang mengambil prakarsa untuk melakukan lobbying
2. Pesan, pikiran, perasaan, pengetahuan dan sebagainya yang disampaikan dalam bentuk lambang-lambang. Bidang pengalaman merupakan faktor penting dalam melobby. Pesan yang disampaikan harus terlebih dahulu direncanakan dan juga diharapkan cocok dengan kerangka acuan komunikan (lawan/orang yang akan dilobby).
3. Media, alat yang dipergunakan oleh komunikator pengolah proses penyampaian pikiran/atau perasaan kepada orang lain dengan menggunakan simbol.
4. Komunikan, tujuan dari kegiatan melobby yaitu sasaran dari kegiatan komunikasi antar pribadi.
5. Efek, pengaruh dan hasil kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh komunikator (pelobby) kepada komunikan (yang dilobby). Sukses tidaknya lobbying dapat dilihat pada efek dari kegiatan

komunikasinya. Sudah tentu ini tergantung pula pada apa yang dikomunikasikan. (Onong 1988:22).

Dalam melakukan lobbying, yang harus diusahakan adalah menumbuhkan perhatian. Dalam konteks ini penting sekali diketahui:

- a. Waktu yang tepat untuk suatu pesan
- b. Bahasa yang harus dipergunakan agar pesan dapat dimengerti
- c. Sikap dan nilai yang harus dipergunakan agar pesan dapat dimengerti
- d. Sikap dan nilai yang harus ditampilkan agar efektif
- e. Jenis kelompok dimana lobby akan dilaksanakan

Meskipun pesan yang disampaikan dalam melakukan lobbying dapat diterima dengan baik, bukan berarti hasil yang diharapkan akan diperoleh sesuai yang direncanakan semula. Yang sering terjadi justru perbedaan pandangan terhadap cara menyelesaikan masalah antara pembicaraan lebih lanjut.

Disinilah teknik negosiasi dilakukan.

Bila terjadi beda pendapat antara pelobby maka timbul dorongan untuk menang. Keinginan untuk menang disatu sisi dengan mengabaikan kekalahan dipihak lainnya sulit tercapai, untuk itu digunakan strategi menangmenang. Artinya ada sebagian keinginan kita yang dikorbankan dengan mengharapkan pihak lawan juga akan mengorbankan hal yang sama, sehingga kesepakatan diantara kedua belah pihak dapat tercapai.

Disini penulis memberi ilustrasi bentuk komunikasi antar pribadi dalam kegiatan melobby yang dilakukan pada pasca pemilu dan ketika Sidang Umum MPR 1999 oleh elit politik. Kita tahu bahwa yang menangkan jumlah kursi terbanyak hasil pemilu 1999 adalah PDIP, tetapi mereka tidak bisa berbuat banyak dalam kegiatannya memenangkan calon Presiden karena kurang mampu melakukan lobby yang intensif kepada orang lain (partai lain). Akhirnya PAN dengan poros tengahnya yang memperoleh suara terkecil yang memegang peranan menjadi pemimpin di arena Sidang Umum MPR. Hal ini disebabkan mereka mampu melakukan komunikasi antar pribadi dalam kegiatan melobby pihak-pihak lain.

Dalam kasus Perusahaan karena tidak mampu melakukan lobby dengan investor/tidak mampu meyakinkan investor maka proyek yang ditenderkan diterima oleh pihak lain/gagal, sehingga menimbulkan kerugian.

### **Perubahan Dalam Masyarakat dan Komunikasi Interpersonal**

Seiring dengan perkembangan jaman masyarakatpun mengalami perubahan yang menggiring manusia pada pola kehidupan yang lebih kompleks, Soleh Sumirat dan Elvirano Ardianto dalam Zainal Abidin (2006: 6-7) mencatat tantangan yang dihadapi organisasi atau perusahaan dewasa ini adalah :

- Dinamika organisasi atau perusahaan semakin besar dan berkembang;
- persaingan organisasi/perusahaan semakin ketat;
- tuntutan, keinginan dan harapan publik/masyarakat terhadap pelayanan pemenuhan kebutuhan informasi semakin tinggi;
- publik/masyarakat semakin kritis dan tidak mau kepentingannya terganggu;
- besarnya pengaruh opini publik, citra, sikap terhadap keadaan social ekonomi, keberadaan dan stabilitas suatu perusahaan semakin besar;
- media massa berpengaruh terhadap pembentukan opini publik/citra masyarakat terhadap suatu organisasi;
- organisasi/perusahaan tidak mungkin berdiri sendiri tanpa dukungan dan citra publik yang berkaitan dengan aktivitas dan perkembangan organisasi perusahaan tersebut.

Kondisi di atas merupakan *push* faktor bagi setiap Individu/Organisasi untuk melakukan lobby dan Negosiasi.

Sementara itu masyarakat mengalami pergeseran akibat terpaan media dan memunculkan perubahan perilaku:

- Budaya hal ini tercermin dari:
  - cara bertingkah laku dan berkomunikasi yang tepat dibelokkan oleh media
  - Identitas pribadi identitas yang diciptakan media.
  - Strategi komunikasi untuk melawan sistem yang diciptakan media.
- Jumlah penduduk yang semakin banyak sehingga:
  - Semakin heterogen pada setiap pola berfikir dan sikap
  - Individu merasa perlu mengontrol lingkungannya

- Hubungan interpersonal menjadi makin rumit
  - Sub culture makin banyak
  - Individu makin unpredictable, Tingkat adaptasi makin sulit.
- Untuk mengatasi perubahan-perubahan tersebut kemampuan & keahlian untuk melakukan Lobby & Negosiasi menjadi semakin dibutuhkan.

## 8 Pertemuan 9

### 8.1 Memberikan penjelasan mengenai wawancara.

Wawancara adalah sebuah kegiatan tanya jawab yang dilakukan oleh pewawancara sebagai penannya dan narasumber sebagai orang yang ditanya. Kegiatan ini dilakukan untuk mencari informasi, meminta keterangan, atau menanyai pendapat tentang suatu permasalahan kepada seseorang. Dengan kata lain, bisa disimpulkan bahwa wawancara adalah kegiatan menggali informasi dari narasumber dengan cara tanya jawab.

Kegiatan wawancara sangat berbeda dengan konferensi pers. Masih banyak orang yang memandang bahwa konferensi pers adalah wawancara karena hasil akhir yang didapatkan sama, yaitu berupa informasi. Meskipun begitu, wawancara tetap tidak bisa dikatakan sama dengan konferensi pers. Perbedaan itu terletak pada tehniknya. Pada wawancara pencari informasi menggali informasi dengan cara bertanya dan menemui langsung narasumbernya. Sebaliknya, konferensi pers adalah sebuah acara yang dibuat oleh narasumber sendiri dengan cara mengundang pencari informasi untuk memberikan keterangan atau mengkonfirmasi sesuatu.

Singkatnya, pada wawancara narasumber didatangi oleh pewawancara, sedangkan konferensi pers narasumber yang menciptakan acara tersebut dengan memanggil atau mengundang pewawancara.

#### 8.1.1 Pendefinisian hal-hal yang berkaitan dengan teori komunikasi social dalam wawancara.

##### 1 Teori Struktural dan Fungsional

- Menurut (Littlejohn, 1999), teori struktural-fungsional lebih menekankan pada akibat dari tindakan yang tidak disengaja (*unintended consequences*) dari pada hasil atau akibat yang disengaja. Mereka yang berada dalam kelompok teori struktural-fungsional percaya pada kenyataan yang

independen. Menurut mereka, pengetahuan yang ditemukan melalui pengamatan yang hati-hati.

- Menurut Morissan dan Andy Corry Wardhani dalam buku Teori Komunikasi teori ini lebih menekankan pada kategori umum dan hubungan di antara berbagai variabel pada sistem apa pun. Namun, teori ini memiliki kelemahan dalam mengungkapkan peristiwa yang terjadi pada diri individu, sehingga bila kita membuat suatu informasi atau tulisan dari hasil yang kita dapatkan dari narasumber tidak akan sebesar yang kita inginkan, walaupun hasil yang kita dapat dari narasumber sangatlah banyak, namun tidak semua informasi yang diberikan oleh narasumber dapat kita informasikan atau kita tuliskan, walaupun informasi yang kita dapatkan dari narasumber bersifat umum.

## 1.2 Teori Kognitif dan Tingkah Laku

- Teori ini cenderung untuk memusatkan perhatiannya pada individu dan karenanya, ilmu psikologi menjadi sumber pertama teori ini. Teori kognitif mengakui hubungan yang kuat antara stimuli dan respon namun teori ini lebih menekankan pada terjadinya proses penyampaian informasi diantara keduanya.
- Menurut Morissan dan Andy Corry Wardhani dalam buku Teori Komunikasi menjelaskan bahwa teori kognitif memberikan penjelasan mengenai aspek-aspek umum bagaimana orang berpikir. Menurut Soewardi Idris dalam buku Jurnalistik televisi Petunjuk Dasar Pemberitaan Televisi sebelum melakukan wawancara harus diketahui terlebih dahulu apa pokok pembicaraan dan siapa yang akan diwawancarai. sehingga orang yang akan melakukan wawancara pasti terlebih dahulu akan meriset apa yang harus ia ketahui, baik topik maupun profil si narasumber, sehingga membuat si pewawancara tidak kebingungan atau terlihat tidak tahu tentang apa yang akan ia bicarakan dengan narasumber, untuk itu, riset sangatlah penting untuk si pewawancara. Menurut Nancy Reardon dan Tom Flynn dalam buku On Camera Menjadi Jurnalis TV Andal dan Profesional dengan menyimak informasi yang ada di internet, majalah ataupun buku, Anda akan menemukan ide-

ide yang berbeda, kontak baru, serta informasi dan cerita yang berbeda.

### 1.3 Teori interaksi

- Teori ini memandang struktur sosial sebagai produk, bukan penentu dalam interaksi. Fokus perhatian teori ini adalah bagaimana bahasa digunakan untuk membentuk struktur sosial dan bagaimana bahasa dan sistem simbol yang lainnya diproduksi, dipelihara dan diubah selama penggunaannya.
- Menurut Morissan dan Andy Corry Wardhani dalam buku Teori Komunikasi teori ini dirancang untuk menjelaskan proses sosial dan menunjukkan bagaimana tingkah laku orang dipengaruhi oleh aturan atau norma-norma kelompok. Teori ini juga menunjukkan bagaimana komunikasi dapat mengubah aturan atau ketentuan yang berlaku pada masyarakat. Jika teori ini dikaitkan dengan wawancara mengenai kehidupan sosial di masyarakat dan kelompok yang memiliki norma-norma atau aturan yang berlaku maka proses wawancara sangatlah mudah jika kita mengikuti atau mengetahui aturan-aturan tersebut. Walaupun kita harus tetap berpegang pada etika yang ada dalam dunia jurnalisme, sehingga jika proses ini kita gunakan dengan baik ketika kita mewawancarai narasumber tentang masalah yang ada di tengah-tengah lingkungannya khususnya dalam suatu kelompok yang memiliki aturan atau norma-norma, maka narasumber dengan senang hati memberikan informasi tentang apa yang terjadi di dalam masyarakat atau kelompok tersebut.

### 1.4 Teori Interpretasi

- Teori yang menjelaskan proses di mana pemahaman (*understanding*) terjadi. Teori ini membuat perbedaan yang tajam antara pemahaman dan penjelasan ilmiah. Teori ini cenderung menghindari penilaian yang bersifat menentukan terhadap gejala yang diamati.
- Menurut Morissan dan Andy Corry Wardhani dalam buku Teori Komunikasi teori ini memiliki keunggulan dalam menjelaskan makna sesuatu atau peristiwa berdasarkan pengalaman individu, termasuk juga dalam hal ini makna

tulisan dan makna dari struktur sosial tertentu. Ketika teori ini dipadukan dengan konteks wawancara maka hasilnya akan lebih baik, karena dari hasil informasi yang didapat dalam wawancara dengan narasumber, sangatlah baik (mendapat banyak informasi) karena, dari awal berwawancara menggunakan teori ini. Narasumber juga banyak bercerita tentang pengalamannya, sehingga informasi yang kita dapatkan sangatlah banyak.

### 1.5 Teori Kritis

- Teori kritis adalah sebutan untuk orientasi teoritis tertentu yang bersumber dari Hegel dan Marx, disistematisasi oleh Horkheimer dan sejawatnya di Institut Penelitian Sosial di Frankfurt, dan dikembangkan oleh Habermas. merupakan sekumpulan gagasan yang disatukan oleh kepentingan bersama untuk memajukan atau meningkatkan kualitas komunikasi dan kehidupan manusia. Teori memfokuskan pada isu-isu seputar ketidakadilan dan penindasan yang terjadi di masyarakat.
- Menurut Morissan dan Andy Corry Wardhani dalam buku Teori Komunikasi, teori ini memberikan penekanan pada nilai atau kepentingan yang menjadi dasar untuk menilai suatu peristiwa, situasi dan institusi. Dalam wawancara teori sangatlah tidak mendukung karena adanya penekanan yang dilakukan oleh teori ini, jika teori ini dipakai dalam proses wawancara maka informasi yang kita dapatkan sangat sedikit, sekalipun banyak namun, hasil tulisan yang kita tulis tidak akan seluas dan sebebaskan yang kita inginkan (masih ada batasannya).

### 8.1.2 Memahami wawancara dalam komunikasi dalam berbagai aktivitas komunikasi interpersonal di kampus, masyarakat, dan tempat kerja.

Ada beberapa macam kegiatan wawancara yang dikelompokkan berdasarkan cara pelaksanaannya, yaitu wawancara tertutup, terbuka, konferensi, kelompok, individual, terpimpin, bebas. Berikut ini adalah penjelasan lengkap mengenai jenis-jenis wawancara tersebut.

1. **Wawancara Tertutup**  
Wawancara tertutup adalah sebuah kegiatan wawancara yang dilakukan dengan cara tertutup. Pewawancara harus menjaga atau merahasiakan nama maupun informasi mengenai narasumbernya dengan cara memalsukan atau memberi inisial nama narasumber. Wawancara tertutup ini bisa juga diartikan sebagai wawancara yang pertanyaan – pertanyaannya terbatas dan telah tersedia jawabannya yang berupa pilihan. Contohnya adalah wawancara yang menggunakan lembar questionnaire.
2. **Wawancara terbuka**  
Wawancara ini bertolak belakang dengan jenis wawancara tertutup, yaitu wawancara yang dilakukan dengan tidak merahasiakan informasi mengenai narasumbernya dan juga memiliki pertanyaan – pertanyaan yang tidak terbatas atau tidak terikat jawabannya. Contohnya adalah wawancara yang meminta narasumber untuk memberikan penjelasan lengkap mengenai suatu hal.
3. **Wawancara konferensi**  
Wawancara konferensi adalah wawancara yang dilakukan oleh seorang pewawancara dengan sejumlah narasumber dan sebaliknya. Contohnya adalah wawancara yang dilakukan di acara – acara televisi atau talk show, wawancara yang dilakukan oleh seorang pewawancara kepada sejumlah narasumber di acara formal atau diskusi publik, dan Wawancara jarak jauh (teleconference) yang banyak dilakukan di acara – acara berita.
4. **Wawancara Kelompok**  
Wawancara kelompok adalah wawancara yang dilakukan oleh sejumlah pewawancara kepada narasumber dan dilaksanakan pada waktu yang bersamaan. Hal ini hampir sama dengan wawancara konferensi, tetapi pada wawancara kelompok pertanyaan – pertanyaan yang diajukan oleh setiap pewawancara berbeda – beda. Contohnya adalah wawancara kepada seorang artis, pejabat, atau group band yang berprestasi atau sedang terkena skandal.



5. Wawancara Individual  
Wawancara Individual adalah wawancara yang dilakukan oleh seorang wawancara dengan seorang narasumber. Wawancara ini disebut juga dengan wawancara perorangan. Contohnya adalah wawancara yang dilakukan oleh wartawan dalam mencari berita.
6. Wawancara Terpimpin  
Wawancara ini disebut juga dengan wawancara terstruktur. Wawancara jenis ini biasanya menggunakan beberapa pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya baik oleh pewawancara maupun narasumbernya. Contohnya adalah wawancara yang sering terjadi di acara – acara talk show bertemakan khusus kepada narasumber seperti dokter, polisi, guru, dan lain – lain.
7. Wawancara Bebas  
Wawancara bebas adalah jenis wawancara yang pertanyaannya tidak dipersiapkan terlebih dahulu. Dengan kata lain wawancara ini terjadi spontan bergantung dengan suasana dan keadaan ketika kegiatan wawancara berlangsung. Wawancara ini sering disebut juga dengan wawancara tidak berstruktur.

## Metode Wawancara

Untuk mendapatkan informasi, ada beberapa metode yang digunakan oleh pewawancara ketika mengadakan wawancara.

1. Mencatat  
Metode yang pertama adalah mencatat. Para pewawancara biasanya menyiapkan buku dan pulpen untuk mencatat jawaban – jawaban dari narasumber. Ketika mencatat jawaban tersebut, pewawancara akan menuliskannya dengan sangat cepat dengan cara hanya menuliskan point – pointnya saja. Karena kalau tidak, mereka tidak akan mendapat informasi yang telah diutarakan oleh narasumbernya. Setelah mendapatkan catatan hasil wawancara, barulah catatan itu dikembangkan dengan menggunakan tulisan yang baik dan informative.

## 2. Merekam / Recording

Metode selanjutnya adalah merekam. Pewawancara membutuhkan suatu alat yang berupa perekam suara. Alat ini digunakan untuk merekam jawaban – jawaban yang diberikan oleh narasumber, sehingga mereka tidak akan kehilangan informasi sedikitpun. Setelah mendapatkan rekaman, pewawancara akan menulis transkrip tanya jawab tersebut dan menjadikannya sebuah tulisan berita.

## 9 Pertemuan 10

### 9.1 Memberikan pemahaman mengenai Komunikasi interpersonal yang efektif.

#### 9.1.1 Kriteria komunikasi efektif

##### **Pengertian komunikasi efektif**

Komunikasi efektif adalah komunikasi yang mampu untuk menghasilkan perubahan sikap pada orang yang terlihat dalam komunikasi. Tujuan komunikasi efektif adalah memberi kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan antara pemberi dan penerima sehingga bahasa lebih jelas, lengkap, pengiriman dan umpan balik seimbang, dan melatih menggunakan bahasa non verbal secara baik. Ada beberapa pendapat para ahli mengenai komunikasi efektif, antara lain :

1. Menurut Jalaluddin dalam bukunya Psikologi Komunikasi (2008:13) menyebutkan, komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan.
2. Johnson, Sutton dan Harris (2001: 81) menunjukkan cara-cara agar komunikasi efektif dapat dicapai. Menurut mereka, komunikasi efektif dapat terjadi melalui atau dengan didukung oleh aktivitas role-playing, diskusi, aktivitas kelompok kecil dan materi-materi pengajaran yang relevan. Meskipun penelitian mereka terfokus pada komunikasi efektif untuk proses belajar-mengajar, hal yang dapat dimengerti di sini adalah bahwa suatu proses komunikasi membutuhkan aktivitas, cara dan sarana lain agar bisa berlangsung dan mencapai hasil yang efektif.
3. Menurut Mc. Crosky Larson dan Knapp (2001) mengatakan bahwa komunikasi yang efektif dapat dicapai dengan mengusahakan ketepatan (accuracy) yang paling tinggi

derajatnya antara komunikator dan komunikan dalam setiap komunikasi. Komunikasi yang lebih efektif terjadi apabila komunikator dan komunikan terdapat persamaan dalam pengertian, sikap dan bahasa.

4.

### **Proses komunikasi efektif**

Komunikasi merupakan suatu proses yang mempunyai komponen dasar sebagai berikut ;

Pengirim pesan , penerima pesan dan pesan. Semua fungsi manager melibatkan proses komunikasi sebagai berikut ;

1. Pengirim pesan (sender) dan isi pesan atau materi  
Pengirim pesan adalah orang yang mempunyai ide untuk disampaikan kepada seseorang dengan harapan dapat dipahami oleh orang yang menerima pesan sesuai dengan yang dimaksudkannya. Pesan adalah informasi yang akan disampaikan atau diekspresikan oleh pengirim pesan. Pesan dapat verbal atau non verbal dan pesan akan efektif bila diorganisir secara baik dan jelas.

Materi pesan dapat berupa:

1. Informasi
  2. Ajakan
  3. Rencana kerja
  4. Pertanyaan dan sebagainya
1. Simbol atau isyarat

Pada tahap ini pengirim pesan membuat kode atau symbol sehingga pesannya dapat dipahami oleh orang lain. Biasanya seorang manager menyampaikan pesan dalam bentuk kata-kata, gerakan anggota badan, (tangan , kepala, mata, dan bagian muka lainnya ). Tujuan penyampaian pesan adalah untuk mengajak, membujuk, mengubah sikap, perilaku atau menunjukkan arah tertentu.

1. Media atau penghubung  
Adalah alat untuk menyampaikan pesan seperti : TV, radio surat kabar, papan pengumuman, telepon dan lainnya. Pemilihan media ini dapat dipengaruhi oleh isi pesan yang akan disampaikan, jumlah penerimaan pesan, situasi dsb.
2. Mengartikan kode atau isyarat  
Setelah pesan diterima melalui indra ( telinga, mata dst)maka si penerima pesan harus dapat mengartikan symbol/kode dari pesan tersebut, sehingga dapat dimngerti / dipahaminya.

3. Penerima pesan  
Penerima pesan adalah orang yang dapat memahami pesan dari si pengirim meskipun dalam bentuk code /isyarat tanpa mengurangi arti pesan yang dimaksud oleh pengirim.
4. Balikan (feedback)  
Balikan adalah isyarat atau tanggapan yang berisi kesan dari penerima pesan dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Tanpa balikan seorang pengirim pesan tidak akan tahu dampak pesannya terhadap sipenerima pesan hal ini penting bagi manager atau pengirim pesan untuk mengetahui apakah pesan sudah diterima dengan pemahaman yang benar dan tepat. Balikan dapat disampaikan oleh penerima pesan atau orang lain yang bukan penerima pesan. Balikan yang disampaikan oleh penerima pesan pada umumnya merupakan balikan langsung yang mengandung pemahaman atas pesan tersebut dan sekaligus merupakan apakah pesan itu akan dilaksanakan atau tidak.
5. Gangguan  
Gangguan bukan merupakan bagian dari proses komunikasi akan tetapi mempunyai pengaruh dalam proses komunikasi, karena setiap situasi hampir selalu ada hal yang mengganggu kita. Gangguan adalah hal yang merintang atau menghambat komunikasi sehingga penerima salah menafsirkan pesan yang diterimanya.

### **Proses komunikasi efektif**

Dalam komunikasi, setidaknya harus ada komunikator, pesan, saluran komunikasi, metode komunikasi, bentuk komunikasi, dan teknik komunikasi, secara keseluruhan akan membentuk jaringan komunikasi.

Ø Komunikator adalah orang yang mau berkomunikasi dengan orang lain, disebut juga pembawaan berita/pengirim berita/sumber berita.

Ø Pesan adalah berita yang disampaikan oleh komunikator melalui lambing dan gerak.

Ø Saluran komunikasi adalah sarana untuk menangkap lambing yang kemudian diterjemahkan dalam bentuk persepsi yang member makna terhadap suatu stimulus atau rangsangan.

Ø Komunikan adalah pihak lain yang diajak berkomunikasi, yang merupakan sarana dalam kegiatan komunikasi

## **Unsur-unsur dalam komunikasi efektif**

Komunikasi mempunyai dasar sebagai berikut: niat, minat, pandangan, lekat, dan libat.

Ø Niat menyangkut:

- Apa yang akan disampaikan
- Siapa sasarannya
- Apa yang akan dicapai
- Kapan akan disampaikan

Ø Minat, ada dua factor yang mempengaruhi yaitu:

- Factor obyektif: merupakan rangsang yang kita terima
- Faktor subyektif: merupakan factor yang menyangkut diri si penerima stimulus

Ø Pandangan, merupakan makna dari informasi yang disampaikan pada sasaran, menafsirkan informasi yang diterima tergantung pada pendidikan, pekerjaan, pengalaman dan kerangka pikir seseorang.

Ø Lekat, merupakan informasi yang disimpan oleh si penerima.

Ø Libat, merupakan keterlibatan panca indra sebanyak-banyaknya.

## **Tahapan komunikasi efektif**

1. Pengirim mempunyai gagasan (ide)
2. Pengirim mengubah gagasan menjadi pesan ( yang dapat dipahami oleh penerima )
3. Pengirim mengirim pesan, melalui media perantara ( verbal/non verbal, lisan /tulisan) dan medium (telpon, komputer /memo

## **Teknik komunikasi efektif**

### **PERSUASIF COMMUNICATION (KOMUNIKASI PERSUASIF)**

Komunikasi persuasif bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku komunikan yang lebih menekan sisi psikologis komunikan. Penekanan ini dimaksudkan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, tetapi persuasi dilakukan dengan halus, luwes, yang mengandung sifat-sifat manusiawi sehingga mengakibatkan kesadaran dan kerelaan yang disertai perasaan senang. Agar komunikasi persuasif mencapai tujuan dan sasarannya, maka perlu dilakukan perencanaan yang matang dengan mempergunakan komponen-komponen ilmu komunikasi yaitu komunikator, pesan, media, dan komunikan. Sehingga dapat

terciptanya pikiran, perasaan, dan hasil pengindraannya terorganisasi secara mantap dan terpadu. biasanya teknik ini afektif, komunikasi bukan hanya sekedar tahu, tapi tergerak hatinya dan menimbulkan perasaan tertentu.

**COERSIVE/  
COMMUNICATION(KOMUNIKASI  
PERINTAH)**

**INSTRUKTIVE  
BERSIFAT**

Komunikasi instruktif atau koersi teknik komunikasi berupa perintah, ancaman, sanksi dan lain-lain yang bersifat paksaan, sehingga orang-orang yang dijadikan sasaran (komunikan) melakukannya secara terpaksa, biasanya teknik komunikasi seperti ini bersifat fear arousing, yang bersifat menakut-nakuti atau menggambarkan resiko yang buruk. Serta tidak luput dari sifat red-herring, yaitu interes atau muatan kepentingan untuk meraih kemenangan dalam suatu konflik ,perdebatan dengan menepis argumentasi yang lemah kemudian dijadikan untuk menyerang lawan. Bagi seorang diplomat atau tokoh politik teknik tersebut menjadi senjata andalan dan sangat penting untuk mempertahankan diri atau menyerang secara diplomatis.

**HUMAN RELATION (HUBUNGAN MANUSIA)**

Hubungan manusiawi merupakan terjemahan dari human relation. Adapula yang mengartikan hubungan manusia dan hubungan antar manusia, namun dalam kaitannya hubungan manusia tidak hanya dalam hal berkomunikasi saja, namun didalam pelaksanaannya terkandung nilai nilai kemanusiaan serta unsur-unsur kejiwaan yang amat mendalam. Seperti halnya mengubah sifat, pendapat, atau perilaku seseorang. Jika ditinjau dari sisi ilmu komunikasi hubungan manusia ini termasuk kedalam komunikasi interpersonal, pasalnya komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih dan bersifat dialogis.

Hubungan manusia pada umumnya dilakukan untuk menghilangkan hambatan-hambatan komunikasi, meniadakan salah pengertian dan mengembangkan tabiat manusia. Untuk melakukan hubungan manusia biasanya digunakan beberapa teknik pendekatan yaitu pendekatan emosional (emosional approach) dan pendekatan social budaya (sosio-cultur approach).

## **Hambatan dalam komunikasi efektif**

### **1. Hambatan dari proses komunikasi**

Hambatan dari pengirim pesan, misalnya pesan yang akan disampaikan belum jelas bagi dirinya atau pengirim pesan, hal ini dipengaruhi oleh perasaan atau situasi emosional.

Hambatan dalam penyediaan / symbol

Hal ini dapat terjadi karena bahasa yang dipergunakan tidak jelas sehingga mempunyai arti lebih atau satu, symbol yang di[ergunakan antara sipengirim dan penerima tidak sama atau bahasa yang dipergunakan terlalu sulit.

Hambatan media, adalah hambatan yang terjadi dalam penggunaan media komunikasi, misalnya gangguan suara radio dan aliran listrik sehingga tidak dapat mendengarkan pesan.

Hambatan dalam bahasa sandi. Hambatan terjadi dalam menafsirkan sandi oleh si penerima.

Hambatan dari penerima pesan, misalnya kurangnya perhatian pada saat penerima atau mendengarkan pesan, sikap prasangka tanggapan yang keliru dan tidak mencari informasi lebih lanjut.

Hambatan dalam memberikan balikan. Balikan yang diberikan tidak menggambarkan apa adanya akan tetapi memberika interpretatif, tidak tepat waktu atau tidak jelas dan sebagainya.

### **2. Hambatan fisik**

Hambatan fisik dapat mengganggu komunikasi yang efektif, cuaca gangguan alat komunikasi, dll. Misalnya :gangguan kesehatan, gangguan alat komunikasi dan sebagainya.

### **3. Hambatan semantik**

Kata-kata yang dipergunakan dalam komunikasi kadang-kadang mempunyai arti mendua yang berbeda, tidak jelas atau berbelit-belit antara pemberi pesan dan penerima

### **4. Hambatan psikologis**

Hambatan psikologis dan social kadang-kadang mengganggu komunikasi, misalnya: perbedaan nilai-nilai serta harapan yang berbeda antara pengirim dan penerima pesan.

biasanya teknik ini afektif, komunikasi bukan hanya sekedar tahu, tapi tergerak hatinya dan menimbulkan perasaan tertentu.

### **kriteria keberhasilan komunikasi**

Untuk memperoleh keefektifan komunikasi, seseorang harus memperhatikan beberapa kriteria komunikasi sebagai berikut:

1. Komunikasi membutuhkan lebih dari dua orang yang akan menentukan tingkat hubungan dengan orang lain.
2. Komunikasi terjadi secara berkesinambungan dan terjadi hubungan timbal balik.
3. Proses komunikasi dapat melalui komunikasi verbal dan non verbal yang bisa terjadi secara simultan.
4. Dalam berkomunikasi seseorang akan berespon terhadap peran yang di terima baik secara langsung maupun tidak langsung, verbal maupun non verbal.
5. Pesan yang di terima tidak selalu di asumsikan sama antara penerima dan pengirim.
6. Pertukaran informasi di butuhkan ilmu pengetahuan.
7. Pesan yang di kirim dan di terima di pengaruhi oleh pengalaman masa lalu, pendidikan, keyakinan dan budaya.
8. Komunikasi di pengaruhi oleh perasaan diri sendiri, subyek yang di komunikasikan orang lain.
9. Posisi seseorang di dalam system sosio cultural dapat mempengaruhi proses komunikasi.

## **10 Pertemuan 11**

10.1 Memberikan pemahaman mengenai Komunikasi interpersonal yang efektif.

### **10.1.1 Efektivitas fungsional dan social**

Aktivitas interaksi sosial dan tindakan komunikasi itu dilakukan baik secara verbal, non verbal maupun simbolis. Kebutuhan adanya sebuah sinergi fungsional dan akselerasi positif dalam melakukan pemenuhan kebutuhan manusia satu dengan yang lainnya ini kemudian melahirkan kebutuhan tentang adanya norma-norma dan nilai-nilai sosial yang mampu mengatur tindakan manusia dalam memenuhi berbagai kebutuhannya, sehingga tercipta keseimbangan sosial (social equilibrium) antara hak dan kewajiban dalam pemenuhan kebutuhan manusia, terutama juga kondisi keseimbangan itu akan menciptakan tatanan sosial (social order) dalam proses kehidupan masyarakat saat ini dan waktu yang akan datang.

Demikian pula halnya dalam rangka menciptakan suatu desa yang memiliki ketahanan di bidang sosial, maka dirancanglah model desa berketahanan sosial. Model desa berketahanan sosial



merupakan bentuk transformasi sintesa konseptual sampai empirik mengenai pengembangan ketahanan sosial masyarakat melalui pemberdayaan pranata sosial.

Unsur-unsur penting yang tertanam dalam model desa yang berketahanan sosial melalui pemberdayaan pranata sosial, dapat disebutkan sebagai berikut:

1. Saling percaya
2. Sistem hubungan sosial/relasi sosial (interaksi dan komunikasi sosial)
3. Nilai dan norma
4. Wadah/jaringan
5. Pola perilaku sosial
6. Pembekalan
7. Stimulan
8. Adanya langkah-langkah pemberdayaan pranata sosial
9. Supervise, monitoring, evaluasi dan pelaporan
10. Terminasi

Untuk dapat mewujudkan desa yang berketahanan sosial tersebut, komunikasi dan interaksi adalah salah satu factor yang krusial. Fokus interaksi sosial dalam masyarakat adalah komunikasi itu sendiri, dan komunikasi menjadi unsur penting dalam seluruh kehidupan manusia. Pemberdayaan pranata sosial adalah salah satu upaya dalam mewujudkan desa yang berketahanan sosial. Dalam pemberdayaan pranata sosial itu sendiri, terdapat komunikasi kelompok yang memfokuskan pembahasannya kepada interaksi diantara orang-orang dalam kelompok-kelompok kecil. Komunikasi kelompok juga melibatkan komunikasi antar pribadi.

## **11 Pertemuan 12**

11.1 Memberikan pemahaman mengenai komunikasi interpersonal yang efektif.

11.1.1 Pemeliharaan hubungan baik.

## **12 Pertemuan 13**

12.1 Memberikan pemahaman mengenai komunikasi interpersonal yang efektif.

12.1.1 Pendekatan terhadap konflik dalam berbagai aktivitas komunikasi interpersonal di kampus, masyarakat, dan tempat kerja.

## **13 Pertemuan 14**

13.1 Memberikan penjelasan tugas individu, tugas kelompok

13.1.1 Konsep dan makna pesan verbal dan non verbal

13.1.2 Menerapkan nilai, norma, dan etika dalam komunikasi antarpersonal.

## **14 Pertemuan 15**

14.1 Memberikan penjelasan mengenai KisiKisi UAS

14.1.1 Memberikan pengarahan mengenai UAS yang akan dilaksanakan

## DAFTAR PUSTAKA

- Gea, Antonius Atosokhi, Antonina Panca Yuki W., dan Yohanes Babari. 2003. Relasi Mengenal Diri Sendiri: *Character Building I*. Jakarta: Gramedia.
- Littauer, Florence. 1996. Personality Plus: *Bagaimana Memahami Orang lain dengan Memahami Diri Sendiri*. Jakarta: BinarupaAksara.
- Carnegie, Dale & Associates, Inc., Stuart R. Levine, dan Michael A Crom. 1996. Pemimpin dalam Diri Anda: *Cara Memperoleh Teman, Menanamkan Pengaruh terhadap Orang Lain, dan Meraih Keberhasilan dalam Dunia yang Sedang Berubah*. Alih bahasa oleh Tuntun Sinaga. Jakarta: Mitra Utama.
- Problem Solver & Decision Making