

**BUKU AJAR**

# **PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI**

**Tim Penulis :**

**Dr. Degdo Suprayitno**

**Dr. Santi Delliana, S.Sos., M.I.Kom**

**Dr. Michael Adhi Nugroho, MBA**

**Anah Sugihanawati, AMKep., M.Pd**

**Wiwik Eko Pertiwi, S.KM., M.KM**

**Dr. Saktisyahputra, S.I.Kom., M.I.Kom**

**dr. Rudy Dwi Laksono, SpPD., M.Ked (PD)-**

**FINASIM., SH., MH., MARS., M.Psi**

**Agustrijanto, S.H., M.IKom**

**Dr. Anita Rosana, BA., MA**

**Nadia Zahara, S.IP., M.M., M.I.Kom**



# **BUKU AJAR PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI**

## **Tim Penulis :**

Dr. Degdo Suprayitno  
Dr. Santi Delliana, S.Sos., M.I.Kom  
Dr. Michael Adhi Nugroho, MBA  
Anah Sugihanawati, AMKep., M.Pd  
Wiwik Eko Pertiwi, S.KM., M.KM  
Dr. Saktisyahputra, S.I.Kom., M.I.Kom  
dr. Rudy Dwi Laksono, SpPD., M.Ked (PD)-  
FINASIM., SH., MH., MARS., M.Psi  
Agustrijanto, S.H., M.IKom  
Dr. Anita Rosana, BA., MA  
Nadia Zahara, S.IP., M.M., M.I.Kom

**Penerbit**

**SONPEDIA.COM**

PT. Sonpedia Publishing Indonesia

# **BUKU AJAR PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI**

## **Tim Penulis :**

Dr. Degdo Suprayitno  
Dr. Santi Delliana, S.Sos., M.I.Kom  
Dr. Michael Adhi Nugroho, MBA  
Anah Sugihanawati, AMKep., M.Pd  
Wiwik Eko Pertiwi, S.KM., M.KM  
Dr. Saktisyahputra, S.I.Kom., M.I.Kom  
dr. Rudy Dwi Laksono, SpPD., M.Ked (PD)-  
FINASIM., SH., MH., MARS., M.Psi  
Agustrijanto, S.H., M.IKom  
Dr. Anita Rosana, BA., MA  
Nadia Zahara, S.IP., M.M., M.I.Kom

**ISBN : 978-623-8598-52-6**

## **Editor :**

Sepriano & Efitra

## **Penyunting :**

Elok Pamela

## **Desain sampul dan Tata Letak :**

Yayan Agusdi

## **Penerbit :**

PT. Sonpedia Publishing Indonesia

## **Redaksi :**

Jl. Kenali Jaya No 166 Kota Jambi 36129 Telp. +6282177858344

Email : [sonpediapublishing@gmail.com](mailto:sonpediapublishing@gmail.com)

Website : [www.buku.sonpedia.com](http://www.buku.sonpedia.com)

**Anggota IKAPI : 006/JBI/2023**

Cetakan Pertama, April 2024

Hak cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan  
cara Apapun tanpa ijin dari penerbit

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan buku ini dengan baik. Buku ini berjudul **“BUKU AJAR PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI”**. Tidak lupa kami ucapkan terima kasih bagi semua pihak yang telah membantu dalam penulisan dan penerbitan buku ini.

Buku Ajar ini disusun sebagai buku panduan komprehensif yang menjelajahi kompleksitas dan mendalamnya tentang ilmu komunikasi. Buku ini dapat digunakan oleh pendidik dalam melaksanakan kegiatan pembelajaran di bidang ilmu komunikasi dan diberbagai bidang Ilmu terkait lainnya. Buku ini dapat digunakan sebagai panduan dan referensi mengajar mata kuliah pengantar ilmu komunikasi dan menyesuaikan dengan Rencana Pembelajaran Semester tingkat Perguruan Tinggi masing-masing.

Secara garis besar, buku ajar ini pembahasannya mulai dari pengantar ilmu komunikasi, human communication, memahami definisi ilmu komunikasi, unsur – unsur komunikasi, prinsip-prinsip komunikasi, tujuan berkomunikasi, komunikasi verbal, komunikasi nonverbal. Selain itu materi mengenai diri dalam Komunikasi dan faktor penentu keberhasilan komunikasi juga di bahas secara mendalam. Buku ajar ini disusun secara sistematis, ditulis dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami, dan dapat digunakan dalam kegiatan pembelajaran.

Buku ini mungkin masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, saran dan kritik para pemerhati sungguh penulis harapkan. Semoga buku ajar ini memberikan manfaat dan menambah khasanah ilmu pengetahuan dalam pembelajaran.

Jakarta, April 2024

**Tim Penulis**

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>KEGIATAN BELAJAR 1 PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI 1</b>	
<b>DESKRIPSI,KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN</b>	
A. PENDAHULUAN .....	2
B. DEFINISI ILMU KOMUNIKASI .....	4
C. TUJUAN MEMPELAJARI ILMU KOMUNIKASI .....	5
D. CABANG – CABANG ILMU KOMUNIKASI .....	8
E. RELEVANSI KEHIDUPAN SEHARI-HARI .....	10
F. RANGKUMAN .....	12
G. TES FORMATIF .....	12
H. LATIHAN.....	12
<b>KEGIATAN BELAJAR 2 HUMAN COMMUNICATION</b>	
<b>(KOMUNIKASI MANUSIA) .....</b>	<b>13</b>
<b>DESKRIPSI,KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN</b>	
A. PENGERTIAN KOMUNIKASI MANUSIA.....	14
B. BENTUK KOMUNIKASI MANUSIA .....	15
C. MANFAAT MEMPELAJARI KOMUNIKASI MANUSIA.....	21
D. MITOS KOMUNIKASI MANUSIA.....	23
E. TES FORMATIF .....	23
F. LATIHAN.....	24
<b>KEGIATAN BELAJAR 3 DEFINISI ILMU KOMUNIKASI .....</b>	<b>25</b>
A. LATAR BELAKANG .....	26
B. PENDEKATAN DALAM ILMU KOMUNIKASI.....	28

C. PENGERTIAN ILMU KOMUNIKASI .....	29
D. PROSES KOMUNIKASI .....	33
E. ILMU KOMUNIKASI DI ERA MODERN .....	38
F. RANGKUMAN .....	39
G. TES FORMATIF .....	40
H. Latihan dan evaluasi .....	41
<b>KEGIATAN BELAJAR 4 UNSUR UNSUR KOMUNIKASI .....</b>	<b>42</b>
DESKRIPSI,KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. Pengantar .....	43
B. UNSUR UNSUR KOMUNIKASI .....	46
C. RANGKUMAN .....	52
D. TES FORMATIF .....	53
E. LATIHAN.....	54
<b>KEGIATAN BELAJAR 5 PRINSIP-PRINSIP KOMUNIKASI .....</b>	<b>55</b>
DESKRIPSI,KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. Pendahuluan.....	56
B. Prinsip-prinsip Komunikasi .....	57
C. Komponen Komunikasi.....	65
D. Komunikasi Kesehatan .....	67
E. RANGKUMAN .....	68
F. TES FORMATIF .....	68
G. Latihan .....	69
<b>KEGIATAN BELAJAR 6 TUJUAN BERKOMUNIKASI .....</b>	<b>70</b>
DESKRIPSI,KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. PROSES KOMUNIKASI .....	71
B. KONTROVERSI TENTANG KOMUNIKASI.....	73

C. KOMUNIKASI DAN INTENSI.....	74
D. PROSES KOMUNIKASI EFEKTIF.....	76
E. FUNGSI KOMUNIKASI.....	77
F. TUJUAN KOMUNIKASI.....	81
G. AKSIOMA KOMUNIKASI.....	83
H. RANGKUMAN.....	87
I. TES FORMATIF.....	88
J. LATIHAN.....	89
<b>KEGIATAN BELAJAR 7 KOMUNIKASI VERBAL.....</b>	<b>90</b>
DESKRIPSI,KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. PENGERTIAN KOMUNIKASI VERBAL.....	91
B. FUNGSI KOMUNIKASI VERBAL.....	92
C. ELEMEN-ELEMEN KOMUNIKASI VERBAL.....	93
D. BAHASA DAN MAKNA.....	94
E. HAMBATAN DALAM KOMUNIKASI VERBAL.....	95
F. KETERAMPILAN MENDENGARKAN AKTIF.....	97
G. PENGGUNAAN KOMUNIKASI VERBAL EFEKTIF.....	98
H. KOMUNIKASI VERBAL DALAM BERBAGAI KONTEKS.....	99
I. TEKNOLOGI DAN KOMUNIKASI VERBAL.....	101
J. ETIKA DALAM KOMUNIKASI VERBAL.....	102
K. RANGKUMAN.....	104
L. TES NORMATIF.....	105
<b>KEGIATAN BELAJAR 8 KOMUNIKASI NON VERBAL.....</b>	<b>107</b>
DESKRIPSI,KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. PENGERTIAN KOMUNIKASI NON VERBAL.....	108

B.	FUNGSI KOMUNIKASI NONVERBAL .....	109
C.	KLASIFIKASI KOMUNIKASI NONVERBAL .....	110
D.	STRUKTUR KOMUNIKASI NONVERBAL .....	111
E.	JENIS-JENIS KOMUNIKASI NONVERBAL.....	112
F.	RANGKUMAN .....	114
G.	TES FORMATIF .....	115
H.	LATIHAN.....	116
<b>KEGIATAN BELAJAR 9 PENGANTAR DIRI</b>		
<b>DALAM KOMUNIKASI .....</b>		<b>118</b>
DESKRIPSI,KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN		
A.	PENGERTIAN KONSEP DIRI .....	119
B.	IDENTITAS DIRI .....	121
C.	TEORI PEMBENTUKAN DIRI .....	123
D.	PENGARUH KONSEP DIRI DALAM KOMUNIKASI INTERPERSONAL .....	130
E.	PENGARUH KONSEP DIRI DALAM KOMUNIKASI KELOMPOK.....	131
F.	RANGKUMAN .....	131
G.	TES FORMATIF .....	132
H.	LATIHAN.....	133
<b>KEGIATAN BELAJAR 10 FAKTOR PENENTU</b>		
<b>KEBERHASILAN KOMUNIKASI .....</b>		<b>134</b>
DESKRIPSI,KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN		
A.	KEBERHASILAN KOMUNIKASI .....	135
B.	FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEBERHASILAN KOMUNIKASI: PENDEKATAN PESAN.....	136

C.	FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEBERHASILAN KOMUNIKASI: PENDEKATAN KOMUNIKATOR .....	138
D.	RANGKUMAN .....	143
E.	TES FORMATIF .....	144
F.	LATIHAN.....	145
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>146</b>
<b>TENTANG PENULIS .....</b>		<b>158</b>

# **KEGIATAN BELAJAR 1**

## **PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI**

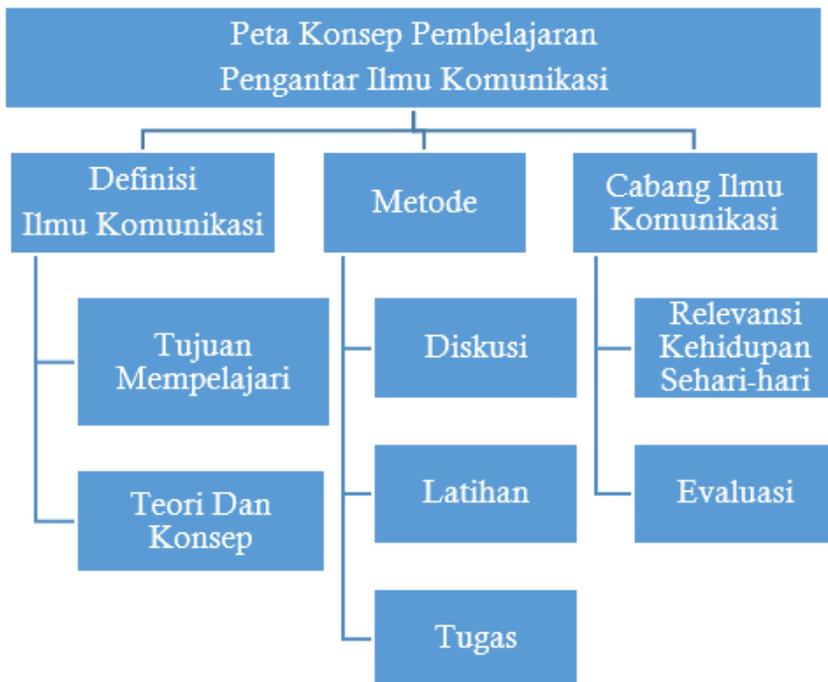
### **DESKRIPSI**

Pembahasan terkait pengantar ilmu komunikasi memberikan dasar yang kuat bagi pemahaman tentang proses dan makna komunikasi manusia. Mata kuliah ini membantu mahasiswa mengembangkan keterampilan komunikasi yang efektif dan memahami berbagai aspek komunikasi dalam kehidupan sehari-hari.

### **KOMPETENSI**

- Memahami definisi dan ruang lingkup ilmu komunikasi.
- Mempersiapkan diri untuk berbagai karir yang membutuhkan keterampilan komunikasi yang baik.
- Meningkatkan keterampilan komunikasi, seperti berbicara di depan publik, menulis, dan bernegosiasi.
- Mengetahui berbagai teori dan konsep komunikasi.

## PETA KONSEP PEMBELAJARAN



### A. PENDAHULUAN

Ilmu Komunikasi merupakan disiplin ilmu yang meneliti berbagai aspek komunikasi manusia, baik dalam konteks interpersonal, antarindividu, maupun dalam skala yang lebih luas seperti komunikasi massa dan organisasi (Saktisyahputra et al., 2023). Sejarah panjang perkembangan ilmu komunikasi mencerminkan peran pentingnya dalam membentuk peradaban manusia serta memahami dinamika hubungan sosial.

Sejak zaman prasejarah, manusia telah menggunakan beragam bentuk komunikasi untuk bertukar informasi, berkolaborasi, dan

membangun hubungan sosial. Awalnya, komunikasi manusia terbatas pada simbol-simbol primitif, gerakan tubuh, dan suara yang kemudian berkembang menjadi sistem bahasa yang lebih kompleks.

Perkembangan ilmu komunikasi sebagai disiplin ilmiah dimulai pada abad ke-20, yang ditandai dengan berbagai penelitian dan teori yang mendasarinya. Pada awalnya, fokus utama ilmu komunikasi adalah pada komunikasi massa, terutama dalam konteks media cetak dan elektronik. Namun, seiring berjalannya waktu, perhatian ilmuwan komunikasi mulai meluas ke berbagai bidang, termasuk komunikasi antarpribadi, komunikasi organisasi, komunikasi politik, dan lain-lain.

Pada pertengahan abad ke-20, terjadi perkembangan signifikan dalam ilmu komunikasi dengan munculnya teori-teori penting seperti teori penyiaran dan komunikasi massa, teori sistem, dan teori interaksi simbolik. Para ilmuwan komunikasi seperti Harold Lasswell, Shannon dan Weaver, serta George Gerbner menjadi tokoh kunci dalam merumuskan konsep-konsep fundamental dalam bidang ini.

Seiring dengan revolusi teknologi informasi, terutama dengan munculnya internet dan media sosial, ilmu komunikasi mengalami perkembangan pesat. Komunikasi tidak lagi terbatas pada satu arah, namun menjadi lebih interaktif dan partisipatif. Fenomena ini menghadirkan tantangan baru bagi ilmu komunikasi dalam memahami dinamika komunikasi digital serta dampaknya terhadap masyarakat dan budaya (Suprayitno et al., 2024).

Dengan demikian, pemahaman akan sejarah dan perkembangan ilmu komunikasi menjadi krusial dalam mengapresiasi kompleksitas komunikasi manusia serta menghadapi tantangan dan peluang yang terus berkembang di era digital ini.

## **B. DEFINISI ILMU KOMUNIKASI**

Ilmu komunikasi adalah bidang studi yang luas dan interdisipliner yang mengeksplorasi bagaimana manusia menciptakan makna dan berkomunikasi satu sama lain. Berbagai ahli telah memberikan definisi tentang ilmu komunikasi, dengan fokus pada aspek yang berbeda. Berikut beberapa definisi dari para ahli:

1. Harold Lasswell (1948):

"Siapa yang mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa?"

Definisi Lasswell berfokus pada komponen komunikasi dan efeknya.

2. Wilbur Schramm (1954):

"Proses penyandian dan penyandian ulang pesan oleh komunikator dan komunikan."

Definisi Schramm menekankan proses komunikasi dan pertukaran makna.

3. Berelson & Steiner (1964):

"Ilmu komunikasi adalah ilmu sosial yang mempelajari bagaimana manusia berkomunikasi dan bagaimana simbol digunakan untuk menciptakan makna."

Definisi Berelson & Steiner menekankan dimensi sosial dan makna simbolis dalam komunikasi.

4. Dance (1970):

"Ilmu komunikasi adalah studi tentang semua bentuk komunikasi manusia, termasuk verbal, nonverbal, dan media."

Definisi Dance menekankan keragaman bentuk komunikasi.

5. Littlejohn & Foss (2009):

"Ilmu komunikasi adalah studi tentang bagaimana manusia menggunakan simbol untuk menciptakan makna dan berkomunikasi satu sama lain dalam berbagai konteks."

Definisi Littlejohn & Foss menekankan penciptaan makna dan konteks komunikasi.

6. McQuail (2010):

"Ilmu komunikasi adalah studi tentang produksi, distribusi, dan konsumsi pesan dalam berbagai konteks sosial dan budaya."

Definisi McQuail menekankan aspek produksi, distribusi, dan konsumsi pesan.

### **C. TUJUAN MEMPELAJARI ILMU KOMUNIKASI**

Studi dalam ilmu komunikasi tidak hanya penting untuk memahami proses komunikasi manusia secara umum, tetapi juga memiliki tujuan yang mendalam dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Berikut adalah beberapa tujuan yang lebih mendalam dari mempelajari ilmu komunikasi:

**Pemahaman Interaksi Manusia:** Ilmu komunikasi membantu dalam memahami bagaimana manusia berinteraksi satu sama lain melalui berbagai bentuk komunikasi. Ini termasuk pemahaman tentang bagaimana pesan dikodekan, disampaikan, diterima, dan diinterpretasikan, serta faktor-faktor yang memengaruhi proses tersebut. Dengan memahami interaksi manusia secara lebih baik, kita dapat memperbaiki kualitas hubungan antarpribadi, kelompok, organisasi, dan masyarakat.

**Pengembangan Keterampilan Komunikasi:** Studi dalam ilmu komunikasi membantu dalam mengembangkan keterampilan komunikasi yang efektif. Ini termasuk kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan jelas, mendengarkan dengan

empati, memahami kebutuhan audiens, dan beradaptasi dengan berbagai konteks komunikasi. Keterampilan komunikasi yang baik sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk karier profesional, hubungan pribadi, dan keterlibatan sosial.

**Analisis Media dan Budaya:** Ilmu komunikasi membantu dalam memahami peran media dalam membentuk persepsi, nilai, dan norma dalam masyarakat. Dengan mempelajari bagaimana media mempengaruhi opini publik, stereotip, dan citra diri, kita dapat mengembangkan kritis pemikiran yang diperlukan untuk menyaring informasi, mengevaluasi kebenaran, dan memahami implikasi sosial dari pesan media (Suprayitno, 2023a).

**Manajemen Konflik dan Negosiasi:** Ilmu komunikasi menyediakan kerangka kerja untuk memahami sumber konflik dan strategi yang efektif dalam menangani konflik tersebut. Dengan memahami komunikasi yang terjadi selama proses konflik dan negosiasi, individu dapat mengembangkan keterampilan dalam mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan dan meminimalkan konflik yang merugikan.

**Pengaruh Politik dan Sosial:** Studi dalam ilmu komunikasi membantu dalam memahami bagaimana komunikasi digunakan dalam konteks politik dan sosial untuk memengaruhi opini publik, memobilisasi massa, dan memperjuangkan perubahan sosial. Dengan memahami dinamika komunikasi politik dan sosial, individu dapat menjadi warga yang lebih sadar dan terlibat dalam proses demokrasi serta perubahan sosial yang positif.

Dengan demikian, mempelajari ilmu komunikasi bukan hanya tentang memahami proses komunikasi itu sendiri, tetapi juga tentang mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk berinteraksi secara efektif dalam berbagai konteks kehidupan, serta untuk menjadi individu yang lebih sadar secara sosial dan politik.

berikut adalah contoh konkretnya dari masing-masing tujuan mempelajari ilmu komunikasi:

**Pemahaman Interaksi Manusia:** Seorang mahasiswa ilmu komunikasi dapat mengamati dan menganalisis komunikasi antara anggota keluarga dalam sebuah pertemuan keluarga. Mereka dapat memperhatikan bagaimana pesan-pesan disampaikan, bagaimana respon dari anggota keluarga lainnya, dan bagaimana dinamika komunikasi tersebut memengaruhi hubungan antarindividu di dalam keluarga.

**Pengembangan Keterampilan Komunikasi:** Seorang profesional muda yang sedang mempersiapkan presentasi di tempat kerja dapat menerapkan keterampilan yang dipelajari dalam ilmu komunikasi. Mereka memperhatikan struktur presentasi yang efektif, memilih kata-kata dengan hati-hati, dan menggunakan bahasa tubuh yang mendukung pesan yang ingin disampaikan.

**Analisis Media dan Budaya:** Seorang peneliti media dapat menganalisis bagaimana stereotip tertentu tentang gender dipresentasikan dalam iklan televisi. Mereka dapat memperhatikan bagaimana pesan-pesan tersebut dapat memengaruhi persepsi masyarakat tentang peran gender dalam masyarakat dan bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi identitas individu.

**Manajemen Konflik dan Negosiasi:** Seorang manajer proyek yang menghadapi konflik antara anggota tim dapat menerapkan strategi manajemen konflik yang dipelajari dalam ilmu komunikasi. Mereka dapat menggunakan pendekatan kolaboratif untuk mendengarkan kekhawatiran semua pihak, menemukan solusi yang memuaskan bagi semua pihak, dan memfasilitasi diskusi yang konstruktif.

**Pengaruh Politik dan Sosial:** Seorang aktivis masyarakat yang terlibat dalam kampanye sosial dapat menggunakan prinsip-prinsip komunikasi politik yang dipelajari dalam ilmu komunikasi. Mereka dapat merancang pesan-pesan yang memotivasi dan memobilisasi

masyarakat untuk mendukung perubahan sosial yang mereka perjuangkan, serta memanfaatkan media dan platform komunikasi lainnya untuk menyebarkan pesan mereka secara efektif.

Melalui contoh-contoh tersebut, kita dapat melihat bagaimana mempelajari ilmu komunikasi tidak hanya memperkaya pemahaman kita tentang proses komunikasi manusia, tetapi juga membantu kita dalam mengembangkan keterampilan yang berguna dalam berbagai aspek kehidupan.

#### **D. CABANG – CABANG ILMU KOMUNIKASI**

Ilmu Komunikasi merupakan bidang yang luas dan kompleks, yang terbagi ke dalam beberapa cabang utama yang memfokuskan pada aspek-aspek tertentu dari komunikasi manusia. Berikut adalah beberapa cabang dari Ilmu Komunikasi:

**Komunikasi Antar Pribadi:** Cabang ini mempelajari komunikasi antara individu-individu dalam konteks interpersonal, baik secara langsung maupun tidak langsung. Fokusnya termasuk aspek-aspek seperti peran pesan, empati, konflik, dan pembangunan hubungan antarpribadi.

**Komunikasi Massa:** Cabang ini meneliti produksi, distribusi, dan penerimaan pesan-pesan dalam konteks media massa seperti televisi, radio, surat kabar, dan internet. Studi dalam komunikasi massa melibatkan analisis teks media, efek media, serta peran media dalam membentuk opini publik dan budaya massa.

**Komunikasi Organisasi:** Cabang ini berkaitan dengan komunikasi di dalam organisasi, termasuk di antara manajer dan karyawan, serta antarunit dan departemen. Studi ini mencakup komunikasi hierarkis, aliran informasi, budaya organisasi, kepemimpinan, dan manajemen konflik di dalam lingkungan kerja.

**Komunikasi Politik:** Cabang ini meneliti komunikasi dalam konteks politik, termasuk kampanye politik, retorika politik, media politik, dan partisipasi politik. Studi ini membahas bagaimana pesan politik disampaikan, diterima, dan dipengaruhi oleh masyarakat serta implikasi politik dari komunikasi tersebut.

**Komunikasi Antarbudaya:** Cabang ini mempelajari interaksi komunikasi antara individu-individu dari budaya yang berbeda. Fokusnya termasuk perbedaan-perbedaan dalam bahasa, nilai-nilai, norma, dan praktik komunikasi antarbudaya, serta strategi untuk mengatasi hambatan-hambatan dalam komunikasi lintas budaya.

**Komunikasi Persuasif:** Cabang ini mengkaji proses persuasi dan pengaruh sosial dalam komunikasi, termasuk teknik-teknik persuasif, retorika, propaganda, dan kampanye persuasif. Studi dalam komunikasi persuasif mencakup analisis pesan persuasif, efektivitas strategi persuasif, serta dampaknya terhadap perilaku individu dan masyarakat.

**Komunikasi Nonverbal:** Cabang ini meneliti komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata, melainkan menggunakan bahasa tubuh, ekspresi wajah, gerakan, dan simbol-simbol nonverbal lainnya. Studi dalam komunikasi nonverbal mencakup interpretasi dan penggunaan pesan-pesan nonverbal dalam konteks komunikasi interpersonal, antarbudaya, dan media.

**Komunikasi Teknologi:** Cabang ini fokus pada peran teknologi dalam proses komunikasi manusia, termasuk penggunaan media baru seperti internet, media sosial, dan teknologi digital lainnya. Studi dalam komunikasi teknologi membahas bagaimana teknologi mengubah cara kita berkomunikasi, serta dampaknya terhadap hubungan sosial, budaya, dan politik.

Ini hanya beberapa contoh cabang dari Ilmu Komunikasi. Setiap cabang memiliki fokus khususnya sendiri dan memberikan

wawasan yang berharga tentang dinamika komunikasi manusia dalam konteks yang berbeda.

## **E. RELEVANSI KEHIDUPAN SEHARI-HARI**

Ilmu Komunikasi memiliki relevansi yang sangat besar dalam kehidupan sehari-hari karena komunikasi merupakan aspek fundamental dari interaksi manusia. Berikut adalah beberapa alasan mengapa ilmu komunikasi sangat relevan dalam kehidupan sehari-hari, beserta contoh-contohnya:

**Meningkatkan Keterampilan Komunikasi:** Ilmu Komunikasi membantu individu dalam meningkatkan keterampilan komunikasi yang efektif, baik dalam berbicara, mendengarkan, menulis, maupun membaca. Contohnya, seorang manajer yang menggunakan keterampilan komunikasi yang baik dapat memberikan instruksi yang jelas kepada timnya, mendengarkan masukan dari anggota tim dengan empati, dan menulis laporan yang informatif.

**Membangun Hubungan Interpersonal yang Kuat:** Ilmu Komunikasi membantu dalam memahami dinamika hubungan antarpribadi dan mengembangkan keterampilan untuk membangun hubungan yang sehat dan harmonis. Contohnya, seorang pasangan yang menerapkan prinsip-prinsip komunikasi yang baik dapat mengatasi konflik dengan cara yang konstruktif dan memperkuat ikatan emosional mereka.

**Mengelola Konflik:** Ilmu Komunikasi memberikan pemahaman tentang sumber-sumber konflik dan strategi untuk mengelola konflik dengan efektif. Contohnya, dua teman yang memiliki perbedaan pendapat dapat menggunakan keterampilan komunikasi yang

dipelajari untuk berdiskusi secara terbuka, mencari solusi yang memuaskan bagi keduanya, dan memperbaiki hubungan mereka.

**Menyaring Informasi:** Ilmu Komunikasi membantu individu dalam menyaring informasi yang diterima dari berbagai sumber, terutama dalam era informasi digital yang penuh dengan konten yang tidak terverifikasi. Contohnya, seseorang yang menggunakan kritis pikiran yang dipelajari dari ilmu komunikasi dapat mengevaluasi keandalan sebuah berita sebelum mempercayainya atau membagikannya kepada orang lain.

**Mengelola Media Sosial:** Ilmu Komunikasi membantu individu dalam memahami dampak media sosial terhadap kehidupan pribadi, sosial, dan budaya, serta cara terbaik untuk berpartisipasi dalam platform tersebut dengan bijak. Contohnya, seorang remaja yang memiliki pemahaman tentang prinsip-prinsip komunikasi antarbudaya dapat menghindari perilaku yang merugikan seperti cyberbullying dan mempromosikan interaksi yang positif di media sosial.(Suprayitno, 2023a)

**Membangun Karier Profesional:** Ilmu Komunikasi memberikan keterampilan yang diperlukan untuk berkomunikasi secara efektif di tempat kerja, baik dalam presentasi, negosiasi, maupun kerja tim. Contohnya, seorang karyawan yang menggunakan keterampilan komunikasi yang baik dapat mempengaruhi keputusan di rapat tim, menjalin hubungan kerja yang baik dengan rekan-rekan kerja, dan mempromosikan ide-ide mereka kepada atasan(Suprayitno, 2023b).

Dengan demikian, ilmu komunikasi tidak hanya relevan dalam situasi-situasi khusus atau profesional, tetapi juga sangat penting dalam kehidupan sehari-hari untuk meningkatkan kualitas interaksi sosial, mengelola konflik, dan mencapai tujuan pribadi dan profesional.

## **F. RANGKUMAN**

Pengantar Ilmu Komunikasi merupakan landasan bagi pemahaman yang komprehensif tentang konsep-konsep dasar, teori, dan praktik dalam bidang ilmu komunikasi. Dalam pengantar ini, mahasiswa diperkenalkan dengan berbagai aspek komunikasi manusia, termasuk berbagai jenis komunikasi, model-model komunikasi, serta konteks-konteks komunikasi yang berbeda.

## **G. TES FORMATIF**

1. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap dinamika komunikasi antarpribadi? Jelaskan dengan menggunakan contoh kasus yang relevan.
2. Apa perbedaan utama antara komunikasi verbal dan nonverbal? Berikan tiga contoh dari setiap jenis komunikasi.

## **H. LATIHAN**

1. Menyaring informasi dan mengevaluasi kebenaran pesan yang diterima adalah bagian dari keterampilan komunikasi:
  - a. Menyampaikan
  - b. Mendengarkan
  - c. Menulis
  - d. Membaca
2. Komunikasi yang terjadi di dalam organisasi, seperti perusahaan atau lembaga, disebut:
  - a. Komunikasi Intrapersonal
  - b. Komunikasi Massa
  - c. Komunikasi Organisasi
  - d. Komunikasi Antarbudaya

## **KEGIATAN BELAJAR 2**

### **HUMAN COMMUNICATION (KOMUNIKASI MANUSIA)**

#### **DESKRIPSI PEMBELAJARAN**

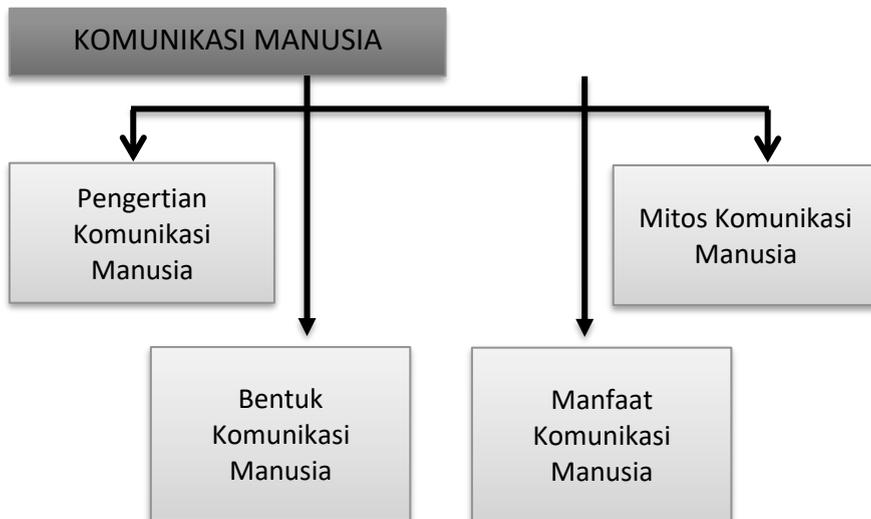
Bab ini memberikan pemahaman awal kepada mahasiswa tentang konsep dasar komunikasi manusia, mencakup pengertian, unsur-unsur, dan ruang lingkungannya, serta berbagai bentuk komunikasi seperti interpersonal, kelompok, organisasional, dan publik. Mahasiswa juga diajarkan manfaat mempelajari komunikasi manusia dalam konteks pribadi dan profesional, sambil mengkaji dan memperbaiki mitos umum yang berkaitan dengan bidang ini. Tujuannya adalah agar mahasiswa memahami pentingnya komunikasi manusia dalam berbagai aspek kehidupan dan mengenali kesalahan-kesalahan umum dalam pemahaman tentang komunikasi.

#### **KOMPETENSI PEMBELAJARAN**

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan:

1. Memahami konsep dasar komunikasi manusia, termasuk definisi, unsur-unsur, dan ruang lingkungannya.
2. Mampu mengidentifikasi dan menjelaskan berbagai bentuk komunikasi manusia, seperti komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasional, dan komunikasi publik.
3. Memiliki kemampuan untuk menghargai dan menerapkan manfaat mempelajari komunikasi manusia dalam konteks pribadi dan profesional, serta mampu mengidentifikasi dan mengkoreksi beberapa mitos umum tentang komunikasi manusia.

## PETA KONSEP PEMBELAJARAN



### A. PENGERTIAN KOMUNIKASI MANUSIA

Keterampilan dalam berkomunikasi merupakan aset yang sangat berharga dalam kehidupan pribadi dan profesional seseorang (DeVito, 2018). Dalam setiap aspek kehidupan, kemampuan untuk menyampaikan pikiran, ide, dan emosi dengan jelas dan efektif akan membantu dalam membangun hubungan yang sehat dan produktif (Li et al., 2020). Dari percakapan sehari-hari hingga presentasi di tempat kerja, kemampuan berkomunikasi yang baik akan memengaruhi seberapa sukses seseorang dalam mempengaruhi orang lain dan mencapai tujuan mereka (Ikhtiyorovna, 2023).

Pemahaman yang mendalam tentang berbagai bentuk komunikasi, manfaat penggunaannya, dan penghapusan mitos yang mungkin ada merupakan langkah awal yang penting untuk membangun landasan yang kuat dalam pengembangan keterampilan

komunikasi yang efektif (Folger et al., 2021). Oleh karena itu, pembahasan awal ini akan memberikan dasar yang kuat bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan komunikasi yang efektif dalam berbagai konteks kehidupan mereka.

Komunikasi manusia adalah proses interaksi simbolik di antara individu manusia (Schramm, 2001), yang melibatkan penggunaan tanda-tanda verbal dan nonverbal untuk mengirimkan informasi kepada orang lain (DeVito, 2018). Ini juga melibatkan pengiriman pesan yang disandikan dalam suatu format tertentu, dikirim melalui saluran tertentu, dan diterima serta diinterpretasikan oleh penerima (Dotzler, 2020). Komunikasi manusia juga merupakan proses penyampaian dan pertukaran pesan, baik verbal maupun nonverbal, yang dipengaruhi oleh konteks budaya dan sosial (Tannen, 2005). Selain itu, komunikasi manusia mencakup pengiriman, penerimaan, dan penafsiran pesan antara individu atau kelompok, dengan aspek-aspek verbal dan nonverbal yang sangat penting (Argyle, 1972). Ini juga merupakan pembentukan, pemertahanan, dan pertukaran pemahaman di antara manusia (Gerbner, 1956).

Komunikasi manusia adalah proses kompleks yang melibatkan penggunaan simbol, tanda-tanda verbal dan nonverbal, serta dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya, dengan tujuan untuk memahami dan mempertukarkan informasi serta membangun pemahaman yang saling menguntungkan.

## **B. BENTUK KOMUNIKASI MANUSIA**

Komunikasi manusia dapat bervariasi mulai dari komunikasi seorang diri, di mana Anda berbicara dengan diri sendiri (Solomon & Theiss, 2022) hingga komunikasi dengan jutaan orang, seperti dalam pidato publik, komunikasi massa, dan komunikasi melalui komputer (Jensen, 2022). Bagian ini mengidentifikasi dan mengatur bentuk-bentuk komunikasi berdasarkan jumlah orang yang terlibat,

mulai dari satu (dalam komunikasi intrapersonal) hingga ribuan dan jutaan, dalam komunikasi massa (Jensen, 2022).

Komunikasi manusia merupakan elemen yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, yang memengaruhi cara kita berinteraksi dengan orang lain dan memahami dunia di sekitar kita (Finnegan, 2014). Dari dialog internal dengan diri sendiri hingga pertukaran informasi yang melibatkan massa yang besar, penting untuk memahami berbagai bentuk komunikasi yang ada dan bagaimana mereka memengaruhi hubungan sosial dan budaya kita. Dengan memahami berbagai bentuk komunikasi, seseorang dapat mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk berhasil berkomunikasi di berbagai konteks (Luna Scott, 2015). Dengan pemahaman yang mendalam tentang komunikasi manusia, seseorang dapat mempersiapkan diri untuk menghadapi beragam situasi komunikasi dengan sensitivitas terhadap kebutuhan audiens dan konteks budaya yang berbeda.

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang Anda lakukan dengan diri sendiri (DeVito, 2018). Melalui komunikasi intrapersonal, individu berbicara, belajar, dan menilai diri sendiri, merenungkan keputusan, dan merencanakan pesan yang akan disampaikan kepada orang lain, dengan mempertimbangkan berbagai konteks seperti wawancara, permainan, perawatan kulit, dan pemilihan pakaian. Meningkatkan kesadaran diri, kesadaran lingkungan, dan kemampuan berpikir kritis akan sangat membantu dalam meningkatkan komunikasi intrapersonal.

Komunikasi intrapersonal memainkan peran penting dalam membentuk persepsi diri dan pengambilan keputusan pribadi seseorang (Deveci & Nunn, 2018). Melalui refleksi internal dan dialog dengan diri sendiri, individu dapat mengembangkan pemahaman yang lebih dalam tentang kekuatan, kelemahan, dan tujuan mereka, memungkinkan evaluasi diri yang kontinu, identifikasi area perbaikan, dan perencanaan langkah-langkah menuju tujuan pribadi dan profesional.

Mengembangkan kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dengan diri sendiri juga akan membawa dampak positif pada interaksi sosial dan profesional seseorang (Tidwell & Walther, 2002). Dengan memahami dan mengelola pemikiran dan emosi dengan lebih baik, seseorang menjadi lebih percaya diri, terbuka terhadap umpan balik, dan lebih efektif dalam memengaruhi orang lain dalam konteks pribadi dan profesional.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang (Hargie, 2021). Paling sering, komunikasi yang ditekankan dalam studi komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang bersifat pribadi yang berkelanjutan (bukan sementara dan impersonal); ini adalah komunikasi antara atau di antara orang-orang yang intim atau terlibat dalam hubungan dekat—seperti teman, pasangan romantis (Delliana, 2021), keluarga, dan rekan kerja, misalnya hubungan yang saling bergantung, yang berarti tindakan seseorang memiliki dampak pada orang lain; apa pun yang dilakukan satu orang memengaruhi orang lain. Terkadang komunikasi interpersonal menyenangkan, tetapi terkadang juga timbul konflik—yang membuat komunikasi masing-masing orang menjadi sangat penting bagi orang lain.

Dalam komunikasi interpersonal, terdapat dinamika yang kompleks yang memengaruhi kualitas dan keberlangsungan hubungan antar individu (Baloch et al., 2021). Interaksi antara individu ini tidak hanya memengaruhi kenyamanan dan kebahagiaan mereka, tetapi juga membentuk struktur hubungan mereka. Dalam hubungan dekat, seperti persahabatan atau hubungan romantis (Delliana & Wibowo, 2023), komunikasi interpersonal menjadi alat utama untuk membangun dan memelihara kedekatan emosional, saling pengertian, dan kepercayaan antara individu.

Ketika komunikasi interpersonal berjalan dengan baik, hubungan tersebut menjadi saluran untuk pertukaran ide, dukungan emosional, dan pengembangan diri yang positif bagi individu yang terlibat (Yücel & Dincer, 2024). Penting bagi individu untuk

memahami prinsip-prinsip komunikasi interpersonal yang efektif dan mengembangkan keterampilan dalam berinteraksi secara sehat untuk membangun hubungan yang harmonis dan menjaga stabilitas hubungan serta kesejahteraan psikologis kedua belah pihak.

Wawancara adalah komunikasi yang berlangsung melalui pertanyaan dan jawaban (Millar & Tracey, 2009). Melalui wawancara, individu dapat memperoleh informasi, memberikan nasihat, memengaruhi karier, dan mengevaluasi calon karyawan, sering dilakukan melalui surel atau konferensi telepon (video), dengan keterampilan yang mirip dengan komunikasi interpersonal dan kelompok kecil.

Dalam era digital, penggunaan layanan video banking telah mengubah wawancara kerja dengan memberikan fleksibilitas bagi perusahaan dan calon karyawan untuk berinteraksi tanpa harus bertemu langsung, menciptakan proses wawancara yang efisien dan efektif dari lokasi yang berbeda (Gomber et al., 2018). Oleh karena itu, penting bagi individu untuk mengembangkan keterampilan komunikasi yang efektif dalam interaksi tatap muka maupun daring untuk mencapai kesuksesan dalam proses wawancara dan mencapai tujuan karier mereka.

Komunikasi kelompok kecil adalah komunikasi di antara anggota-anggota kelompok yang terdiri dari sekitar lima hingga sepuluh orang (Crisianita & Mandasari, 2022). Komunikasi dalam kelompok kecil memenuhi berbagai kebutuhan hubungan dan tugas, menjadi landasan interaksi sosial baik di tempat kerja maupun kehidupan sosial. Ini membentuk identitas dan struktur sosial seseorang, memungkinkan ekspresi diri, pembangunan hubungan, dan pengambilan keputusan bersama, menjadi kunci kesuksesan dalam kehidupan sosial dan profesional.

Dalam era digital saat ini, peran media sosial dan jaringan sosial semakin dominan dalam memfasilitasi komunikasi dalam kelompok

kecil (Vardiansyah & Delliana, 2020). Melalui platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Google+, TikTok, dan LinkedIn, individu dapat memperluas jaringan sosial mereka dan berpartisipasi dalam berbagai kegiatan kelompok secara daring, namun penting untuk memahami etika dan mengembangkan keterampilan komunikasi yang efektif dalam konteks digital.

Komunikasi organisasi adalah komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi di antara anggota organisasi tersebut (Heath, 2020). Komunikasi organisasi, seperti berdiskusi dengan rekan kerja, bekerja dalam tim, atau memberikan petunjuk kepada karyawan, memainkan peran sentral dalam menjaga kelancaran operasional dan mencapai tujuan organisasi. Melalui komunikasi ini, informasi dapat disampaikan dengan jelas, memfasilitasi kerjasama, koordinasi, membangun hubungan, memudahkan pengambilan keputusan, dan menyelesaikan konflik di dalam organisasi.

Dengan memahami prinsip-prinsip komunikasi organisasi, individu dapat menjadi lebih efektif dalam berkomunikasi di lingkungan kerja, termasuk memahami struktur komunikasi formal dan informal, mengembangkan keterampilan menyampaikan pesan (Nuryanto et al., 2024), serta membangun hubungan yang baik dengan rekan kerja dan atasan, yang berpotensi meningkatkan produktivitas dan keberhasilan individu serta organisasi.

Berbicara di depan umum, juga disebut sebagai komunikasi publik atau pidato presentasional, adalah komunikasi antara seorang pembicara dan audiens, yang dapat bervariasi dari beberapa orang hingga ratusan, ribuan, bahkan jutaan orang (Pearson et al., 2007). Melalui komunikasi publik, orang lain menginformasikan dan meyakinkan Anda. Dan Anda, pada gilirannya, menginformasikan dan meyakinkan orang lain untuk bertindak, membeli, atau berpikir dengan cara tertentu. Sebagaimana Anda dapat berbicara kepada audiens besar secara langsung, Anda juga dapat berbicara kepada audiens tersebut secara elektronik dan melalui media massa.

Melalui forum, blog, atau media sosial, misalnya, Anda dapat memposting pidato untuk siapa pun yang ingin membacanya dan kemudian membaca reaksi mereka terhadap pesan Anda. Dan dengan bantuan media massa yang lebih tradisional seperti radio dan televisi, Anda dapat berbicara kepada audiens dalam jumlah ratusan juta saat mereka duduk sendiri atau dalam kelompok kecil tersebar di seluruh dunia.

Keterampilan berbicara di depan umum merupakan aspek penting dari kehidupan profesional dan sosial seseorang (Coelho & Menezes, 2021). Dengan mampu berbicara secara efektif di depan umum, seseorang dapat memengaruhi, memotivasi, dan menginspirasi orang lain. Kemampuan ini juga memungkinkan seseorang untuk menyampaikan pesan mereka dengan jelas dan persuasif kepada berbagai audiens, baik dalam konteks formal maupun informal. Oleh karena itu, pengembangan keterampilan berbicara di depan umum adalah investasi yang berharga bagi siapa pun yang ingin berhasil dalam berbagai bidang kehidupan.

Kemajuan teknologi dalam era digital saat ini telah memperluas cara di mana komunikasi publik dilakukan. Melalui internet dan media sosial, seseorang dapat mencapai audiens yang luas dengan cepat dan efisien. Namun, sementara teknologi memungkinkan seseorang untuk berbicara kepada massa yang besar, penting bagi pembicara untuk mempertimbangkan dampak dan tanggapan audiens mereka. Dengan memahami kekuatan dan tantangan dalam berbicara di depan umum, seseorang dapat menjadi pembicara yang lebih efektif dan berpengaruh dalam masyarakat yang semakin terhubung ini.

Komunikasi massa merupakan pengiriman pesan dari satu sumber kepada banyak penerima melalui berbagai media seperti surat kabar, televisi, dan internet, memainkan peran vital dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi perilaku (Mcquail, 2011). Penting bagi individu untuk memiliki literasi media yang kuat

guna menilai informasi yang diterima dan memahami dampaknya, sehingga mereka dapat berpartisipasi secara aktif dalam pembentukan masyarakat yang berpengetahuan dan bertanggung jawab.

Komunikasi melalui media komputer (CMC) mencakup berbagai bentuk komunikasi antarindividu melalui internet, seperti surel, pesan teks, dan jejaring sosial, baik secara sinkron maupun asinkron. Integrasi komunikasi tatap muka dan online/sosial media penting karena interaksi kita semakin melibatkan keduanya (Aflaha & Suhara, 2020). Komunikasi tersebut memiliki peran penting dalam pembentukan, pemeliharaan, dan bahkan pembubaran hubungan, serta menjadi kunci kesuksesan dalam mencapai berbagai tujuan, termasuk dalam dunia bisnis dan perekrutan karyawan baru.

### **C. MANFAAT MEMPELAJARI KOMUNIKASI MANUSIA**

Mempelajari komunikasi manusia tidak hanya memberi Anda keterampilan praktis dalam berinteraksi dan memimpin, tetapi juga membentuk fondasi kritis dan kreatif yang vital dalam menghadapi tantangan sehari-hari. Dengan meningkatkan kemampuan berpikir kritis, Anda dapat menganalisis informasi secara mendalam dan membedakan argumen yang kokoh dari yang tidak. Sementara itu, keterampilan berpikir kreatif memungkinkan Anda untuk melampaui batasan konvensional dalam memecahkan masalah dan menyampaikan ide secara orisinal. Kombinasi ini mempersiapkan Anda untuk meraih kesuksesan pribadi dan profesional dengan memahami media, membangun hubungan yang kuat, dan beradaptasi dengan situasi baru dengan penuh kesadaran.

Dengan memperkuat keterampilan berpikir kritis dan kreatif, Anda menjadi individu yang lebih tangguh dan adaptif dalam menghadapi kompleksitas kehidupan sehari-hari. Kemampuan untuk mempertanyakan asumsi, mengeksplorasi sudut pandang, dan menciptakan solusi kreatif membantu Anda menghadapi situasi

baru dengan percaya diri. Selain itu, keterampilan interaksi memainkan peran krusial dalam memperbaiki komunikasi, baik dalam konteks pribadi maupun profesional, memungkinkan Anda untuk mengelola percakapan dengan baik, memahami etika komunikasi, dan membangun hubungan yang kuat.

Keterampilan hubungan memainkan peran penting dalam membangun ikatan sosial yang sehat, baik dalam konteks persahabatan, cinta, kerja sama, maupun hubungan keluarga. Kemampuan ini memungkinkan Anda untuk berkomunikasi dengan efektif, memecahkan konflik, dan bahkan mengakhiri hubungan yang tidak sehat dengan empati. Keterampilan ini tidak hanya penting dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga menjadi kunci kesuksesan dalam karier, di mana organisasi menghargai individu yang mampu berinteraksi dengan baik dan memimpin dengan efektif dalam situasi kelompok.

Keterampilan keanggotaan dan kepemimpinan kelompok diperlukan untuk berkomunikasi secara efektif dan memengaruhi positif dalam mencapai tujuan kelompok, sementara keterampilan presentasi diri memainkan peran penting dalam menciptakan kesan yang kuat dan positif dalam berbagai konteks komunikasi. Menguasai kedua keterampilan ini membantu menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan harmonis serta meningkatkan peluang kesuksesan pribadi dan profesional, baik dalam hal mendapatkan pekerjaan, membangun jaringan, atau menjalin hubungan yang erat dengan teman dan keluarga.

Keterampilan literasi media membantu Anda berinteraksi dengan media massa dan sosial secara lebih efektif, memahami operasi media, dan menjadi pencipta konten yang lebih efektif. Ini memungkinkan Anda untuk menjadi pengguna media yang lebih cerdas dan kritis serta kontributor yang aktif dalam membentuk opini publik dan mengarahkan perubahan sosial positif melalui platform media. Dengan mengembangkan keterampilan ini, Anda siap menghadapi era informasi yang semakin kompleks dan beragam.

## **D. MITOS KOMUNIKASI MANUSIA**

Mitologi seputar komunikasi manusia seringkali meliputi keyakinan yang sebenarnya keliru. Pertama, bahwa komunikasi efektif adalah bakat alami, padahal itu adalah keterampilan yang dapat dipelajari oleh siapa pun dengan usaha dan latihan yang tepat. Kedua, ide bahwa kebenaran absolut dalam komunikasi adalah strategi yang efektif bertentangan dengan fakta bahwa kadang-kadang kejujuran mutlak bisa menjadi kontraproduktif, menunjukkan kompleksitas dalam menjalankan komunikasi yang berhasil. Mitos-mitos semacam ini tidak hanya membingungkan, tetapi juga dapat menghambat perkembangan individu dalam memahami dan menguasai seni komunikasi manusia yang sebenarnya dinamis.

Komunikasi manusia adalah keterampilan yang dapat dipelajari, di mana praktik kebiasaan komunikasi yang baik mendukung efektivitas komunikasi seseorang. Asumsi bahwa orang lain dapat membaca pikiran dapat menjadi hambatan, sehingga penting untuk membangun komunikasi yang terbuka. Kepemimpinan dan kemampuan berbicara di depan umum adalah keterampilan yang dapat ditingkatkan, dengan mengelola ketakutan dan kegugupan sebagai fokus utama. Dengan memahami hal-hal ini, individu dapat meningkatkan keterampilan komunikasi mereka dan menjadi lebih efektif dalam berinteraksi dengan orang lain.

## **E. TES FORMATIF**

1. Apa yang dapat disimpulkan dari pembahasan tentang komunikasi manusia?
  - a. Komunikasi efektif adalah kemampuan bawaan yang dimiliki sejak lahir.
  - b. Praktik kebiasaan komunikasi yang buruk cenderung meningkatkan efektivitas komunikasi.
  - c. Asumsi bahwa orang lain dapat membaca pikiran dapat membantu memperkuat hubungan interpersonal.

- d. Komunikasi manusia adalah keterampilan yang dapat dipelajari dan ditingkatkan. (Jawaban yang tepat)
  - e. Komunikasi manusia tidak membutuhkan latihan atau pemahaman.
2. Mengapa penting untuk mengelola ketakutan dan kegugupan saat berbicara di depan umum?
- a. Untuk menghilangkan ketakutan dan kegugupan sepenuhnya.
  - b. Karena ketakutan dan kegugupan tidak memiliki dampak negatif dalam berbicara di depan umum.
  - c. Agar dapat menjadi pembicara yang kurang efektif.
  - d. Karena mengelola ketakutan dan kegugupan akan membantu seseorang menjadi pembicara yang lebih efektif. (Jawaban yang tepat)
  - e. Karena ketakutan dan kegugupan tidak berpengaruh pada kemampuan seseorang dalam berbicara di depan umum.

## **F. LATIHAN**

Jelaskan mengapa komunikasi manusia dianggap sebagai keterampilan yang dapat dipelajari dan ditingkatkan. Berikan argumen yang mendukung pandangan ini dan diskusikan implikasinya dalam konteks interaksi sosial dan profesional.

## KEGIATAN BELAJAR 3

### DEFINISI ILMU KOMUNIKASI

#### Deskripsi Pembelajaran

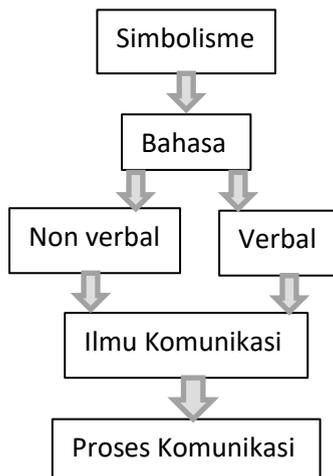
Pada bab ini mahasiswa mempelajari konsep pembentukan ilmu komunikasi serta penerapannya dalam konteks kehidupan manusia. Mahasiswa diharapkan mengerti dan memahami konteks ilmu komunikasi dan penerapannya.

#### Kompetensi Pembelajaran

Setelah membaca bab ini mahasiswa diharapkan memiliki pengetahuan dalam:

1. Mengerti pembentukan dan konsep ilmu komunikasi
2. Mengerti dan menerapkan ilmu komunikasi dalam kehidupan sehari-hari
3. Mengerti dan memahami perubahan jaman yang harus diterapkan dalam penggunaan ilmu komunikasi

#### Peta Konsep Pembelajaran



## A. LATAR BELAKANG

Sebagai sebuah ilmu, ilmu komunikasi merupakan bidang studi yang berfungsi sebagai landasan teori dasar di mana semua teori-teori lain dibangun di atasnya. Bagaimana tidak, teori-teori bidang studi, hukum baku sebuah negara, undang-undang, perjanjian, bahkan hingga syair lagu, ditulis menggunakan ilmu komunikasi. Menyatakan bahwa ilmu komunikasi adalah sesuatu yang mudah merupakan sebuah kegagalan fikir mutlak. Ilmu komunikasi diasumsikan mudah karena sehari-harinya, semua orang menggunakan “ilmu komunikasi” dalam berkomunikasi. Berbicara dengan intensi seperti meminta, mengajak, menawarkan, dan semua kegiatan lain dengan tujuan seakan membuat manusia yang melakukan kegiatan komunikasi tersebut sudah melakukannya berlandaskan ilmu komunikasi. Kenyataannya adalah tidak semudah itu karena ilmu komunikasi adalah sebuah peristiwa dengan nuansa-nuansa kecil yang bila tidak diindahkan akan menyebabkan terjadinya sering kegagalan dalam proses komunikasi.

Nuansa-nuansa kecil yang dapat menyebabkan kegagalan berkomunikasi ini sering disebut sebagai sebuah gangguan atau *noise*. Gangguan ini bisa jadi bukan semata gangguan secara fisik saja dimana komunikasi terganggu atas penyebab yang membatasi sampainya pesan kepada penerima. Akan tetapi, gangguan juga bisa bersifat psikis, di mana tidak sampainya pesan kepada penerima dikarenakan oleh kondisi kejiwaan dan pemikiran sang penerima. Kondisi kejiwaan ini bisa saja berubah dalam proses komunikasi yang sedang berjalan dimana di awal proses semua berjalan lancar namun karena adanya perubahan kondisi psikis seperti penerima menciptakan opini baru dalam proses berkomunikasi membuat proses komunikasi menjadi terganggu. Opini baru ini dalam proses komunikasi apabila tidak diterima oleh sang pengirim pesan, maka akan terjadi ketidaksinambungan pesan yang berujung pada gagalnya sebuah proses berkomunikasi.

Menyadari nuansa-nuansa kecil ini adalah tujuan dari pemahaman ilmu komunikasi sehingga para ahli dalam bidang akademis menciptakan landasan-landasan berkomunikasi yang spesifik dalam setiap peristiwa. Ahli komunikasi tidak hanya ahli berkomunikasi dalam setiap bidang, jauh dari itu, ahli komunikasi dituntut untuk menguasai bidang komunikasi dalam skenario-skenario spesifik. Ahli komunikasi atau komunikator dituntut untuk mahir dalam skenario spesifik, misalnya, ahli komunikasi dalam bisnis, atau ahli komunikasi dalam keseharian. Dua skenario ini adalah dua hal yang berbeda karena ada bobot resiko yang lebih berat pada skenario pertama. Kegagalan dalam berkomunikasi di skenario bisnis dapat menyebabkan terjadinya kehilangan potensi pendapatan atau bahkan terjadinya kehilangan pendapatan. Lebih tinggi daripada mahir berbahasa, ilmu komunikasi mengarahkan bahasa menjadi sebuah perangkat yang lebih tajam untuk mendapatkan suatu tujuan. Ini lah mengapa dalam kursus atau studi bahasa, ada sub-sub atau pemfokusan pada topik yang ingin dikuasai, apakah pembelajaran bahasa untuk bisnis, untuk percakapan umum, bahkan sekarang beberapa pelatihan bahasa juga mengajarkan topik negosiasi.

Ilmu komunikasi terus berkembang dalam beberapa poin sejarah manusia. Penyampaian intensi sudah melampaui dari tujuan penggunaan bahasa. Sejarah bahasa melibatkan perkembangan dan evolusi bahasa manusia dari masa lampau hingga sekarang. Manusia prasejarah diketahui menggunakan sistem komunikasi sederhana yang terdiri dari suara dan gerakan tubuh. Ilmuwan modern mengetahui peristiwa tersebut berdasarkan asumsi dan melalui pembelajaran gambaran pada dinding-dinding gua. Seiring waktu, masyarakat manusia mulai mengembangkan sistem simbolis yang lebih kompleks, mengarah pada pembentukan bahasa pertama. Seiring dengan waktu, peningkatan serta adopsi teknologi dan globalisasi telah menjadikan komunikasi sebagai elemen kunci dalam kehidupan manusia, terutama setelah 2019, dunia menyadari betapa pentingnya tetap terhubung meski

terjadinya insiden yang membuat manusia harus berkomunikasi di balik layar. Bab berikut akan membahas ilmu komunikasi serta relevansinya dalam dunia modern yang dinamis dan selalu bergerak.

## **B. PENDEKATAN DALAM ILMU KOMUNIKASI**

Terjadinya salah paham dalam penerapan ilmu komunikasi umumnya terjadi karena ada dua pendekatan yaitu pendekatan teoritis dan pendekatan praktis (Razali, et al., 2023). Pendekatan teoritis memusatkan perhatian pada pengembangan dan pengujian teori serta konsep-konsep yang mendasari komunikasi manusia. Pendekatan ini melibatkan penelitian yang mendalam dan analisis filosofis untuk memahami prinsip-prinsip dasar yang mengatur komunikasi. Pendekatan teoritis membantu dalam membangun landasan pengetahuan yang kokoh dalam ilmu komunikasi.

Di sisi lain, pendekatan praktis dalam ilmu komunikasi berfokus pada penerapan prinsip-prinsip teoritis ke dalam konteks nyata untuk mencapai tujuan tertentu. Pendekatan praktis terkadang melewati prinsip-prinsip dasar ilmu komunikasi dikarenakan dalam praktiknya komunikasi melibatkan penggunaan strategi, teknik, dan keterampilan komunikasi dalam situasi praktis seperti interaksi interpersonal, manajemen organisasi, atau kampanye pemasaran. Kedua pendekatan ini saling melengkapi dan memperkaya satu sama lain. Teori-teori dan konsep-konsep yang dikembangkan melalui pendekatan teoritis memberikan dasar pemahaman yang mendalam tentang komunikasi manusia, yang pada gilirannya membimbing pengembangan strategi dan keterampilan praktis dalam pendekatan praktis. Sebaliknya, pengalaman praktis dalam menggunakan teknik komunikasi dalam kehidupan nyata dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru yang dapat melengkapi, memodifikasi, atau bahkan memperkuat teori-teori yang ada. Dengan demikian, kombinasi

pendekatan teoritis dan praktis memberikan pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan dalam studi dan praktik komunikasi manusia.

### **C. PENGERTIAN ILMU KOMUNIKASI**

Ilmu Komunikasi dapat didefinisikan sebagai studi tentang bagaimana informasi, ide, dan emosi disampaikan, diproses, diterima melalui berbagai saluran komunikasi, baik secara tradisional maupun modern (digital). Ilmu komunikasi berangkat dari penggunaan bahasa dan ada baiknya bila kita sedikit melihat tentang perkembangan bahasa manusia. Manusia purbakala menggunakan umumnya bahasa tubuh dan suara-suara yang menunjukkan emosi untuk menyampaikan sebuah intensi pesan tertentu. Kegiatan menginformasikan adanya sesuatu yang berbahaya pada arah tertentu bisa saja menggunakan metode manusia purbakala menunjuk pada suatu arah dan berteriak-teriak dengan nada tinggi. Metode ini serupa dengan yang dilakukan oleh primata modern. Seiring dengan evolusi otak dan perkembangan pita suara, manusia purbakala mulai menciptakan suara-suara unik yang menunjukkan intensi kompleks dengan simbolisme-simbolisme tertentu. Dalam bukunya, Planer dan Sterelny menyatakan bahwa manusia modern menciptakan makna dari simbol-simbol berlandaskan suara sebagai sebuah bagian dari penciptaan kultur manusia modern [Planer Sterelny, 2021]. Konsep ilmu komunikasi juga berangkat dari teori bahasa dan salah satu ahli bahasa yang terkenal yang disebut sebagai bapak bahasa adalah Pāṇini.

Pāṇini adalah seorang individual yang unik dan menarik. Informasi mengenai kapan lahir dan berpulangnya individual ini tidak tercatat oleh sejarah, namun karya tulisnya ditemukan oleh akademisi Eropa di abad ke-19 membawa sebuah perubahan pengertian yang signifikan kepada para ahli bahasa Eropa di abad ke-19. Temuan

manuskrip Pāṇini ini memberikan dampak yang sangat besar kepada para ahli bahasa pada abad tersebut dan memengaruhi pemikiran para ahli bahasa menciptakan landasan ilmu komunikasi modern. Salah satu ahli bahasa yang karyanya terinspirasi oleh manuskrip Pāṇini adalah Ferdinand de Saussure [Robins, 1997]. Setelah mempelajari bahasa Latin, bahasa Yunani kuno, serta Sanskerta pada masa mudanya, Saussure mulai mempelajari ilmu bahasa secara mendalam.

Karya Saussure menjadi landasan linguistik struktural, dan ia mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan teori linguistik pada paruh pertama abad ke-20 di Eropa. Gagasannya tentang realitas dua tingkat tentang bahasa merupakan kontribusi utamanya terhadap strukturalisme. Yang pertama adalah *langue* (istilah bahasa Perancis yang berarti bahasa) yang merupakan lapisan tak terlihat dan abstrak, dan yang kedua adalah *parole* (istilah bahasa Perancis yang berarti pidato), yang merupakan pernyataan yang sebenarnya kita dengar di dunia nyata.

Salah satu kontribusi paling berpengaruh dari karya Saussure adalah pemisahan antara tanda dan maknanya dalam konsep tentang tanda linguistik. Menurut Saussure, sebuah tanda terdiri dari dua bagian yaitu bentuk fisik yang disebut sebagai *signifier* dan makna terkait dengannya yang disebut sebagai *signified*. Contohnya adalah kata "apel". Apel di Eropa adalah sebuah buah yang menyehatkan, dengan beberapa pepatah lokal mengatakan bahwa memakan apel setiap hari akan menjauhkan diri dari penyakit. Dalam konsep Saussure, kata apel di sini adalah bunyi atau penampilan rupa dari kata tersebut yaitu *signifier*. Sementara makna sehat yang terkait dengan apel tersebut adalah *signified*. Konsep ini membentuk dasar teori tanda (semiotika) modern, yang memengaruhi banyak disiplin ilmu selain linguistik, termasuk sastra, antropologi, dan media.

Selain itu, Saussure juga mengembangkan gagasan tentang hubungan antara tanda-tanda dalam bahasa, yang dikenal sebagai

struktur tanda atau struktur linguistik. Saussure menekankan bahwa makna dalam bahasa terbentuk melalui relasi relatif antara berbagai tanda dalam sistem bahasa dan bukan melalui hubungan absolut dengan objek dunia nyata. Alhasil, menurut Saussure, bahasa adalah sistem simbolik yang abstrak dan konvensional, di mana makna terbentuk melalui perbedaan dan hubungan internal antara tanda-tanda itu sendiri dan di antara pembicara dan penerima pesan.

Salah satu teori penting dalam ilmu komunikasi yang muncul setelah kontribusi Saussure adalah Teori Peluang Komunikatif (*Communicative Competence Theory*). Teori ini dikembangkan oleh ahli linguistik Dell Hymes pada tahun 1960-an sebagai alternatif terhadap pemahaman bahasa yang lebih tradisional. Menurut Hymes, kompetensi komunikatif seseorang tidak hanya terbatas pada penguasaan tata bahasa, tetapi juga membutuhkan pemahaman tentang konteks sosial dan budaya di mana komunikasi terjadi. Teori ini mengungkap fenomena bahwa manusia bukanlah sebuah bentuk monolitik tanpa adanya perbedaan. Tidak hanya perbedaan antara suku dan ras dapat menciptakan perbedaan dalam pengertian, manusia dengan suku dan ras yang sama apabila termasuk dalam golongan tertentu memiliki pemikiran yang berbeda satu sama lain. Teori ini menyoroti pentingnya aspek-aspek seperti kejadian-kejadian sosial, budaya, dan konteks situasional dalam proses komunikasi. Model-model komunikasi yang diciptakan oleh para ahli bahasa di era modern semuanya mengadopsi pemahaman teori ciptaan Hymes, terutama dalam memahami aspek bahwa setiap manusia adalah unik, dan perbedaan-perbedaan antaranya dapat menciptakan tantangan dalam berkomunikasi.

Selain itu, teori lain yang relevan dalam ilmu komunikasi adalah Teori Penyebaran Inovasi (*Diffusion of Innovations Theory*). Teori ini dikembangkan oleh Everett Rogers pada tahun 1962 dan merupakan studi tentang bagaimana, mengapa, dan seberapa

cepat inovasi atau gagasan baru menyebar dalam masyarakat (Curtis, 2020). Rogers mengidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi penyebaran inovasi, termasuk karakteristik inovasi itu sendiri, sumber informasi, saluran komunikasi, jaringan sosial, dan proses sosial. Teori ini telah diterapkan dalam berbagai konteks, seperti pemasaran, pendidikan, dan pembangunan masyarakat, untuk memahami proses penyebaran ide dan praktek baru serta mempercepat adopsi inovasi yang positif.

Konsep komunikasi mengikuti beberapa prinsip, namun satu prinsip yang paling sering diikuti adalah prinsip Gricean atau Gricean Maxim. Istilah "Prinsip Gricean" mengacu pada pedoman percakapan yang dikemukakan oleh filsuf Inggris bernama Paul Grice dalam jurnal akademisnya yang sangat berpengaruh pada dunia akademik berjudul "*Logic and Conversation*," yang diterbitkan pada tahun 1975 [Grice, 1975]. Menurut Grice, untuk mendorong dialog yang produktif dan kooperatif, pembicara dan pendengar harus mematuhi serangkaian pedoman atau prinsip tak terucapkan dalam interaksi sehari-hari. Keempat prinsip tersebut adalah: berhubungan (relevan), kualitas (akurat dan menghindari memberikan informasi yang menyesatkan), kuantitas (mengatakan sebanyak yang diperlukan, tetapi tidak lebih), dan cara (jelas, ringkas, dan menghindari ambiguitas). Grice berpendapat bahwa melanggar atau mengabaikan aturan-aturan ini dapat mengakibatkan konsekuensi yang buruk, yaitu timbulnya pesan-pesan subliminal yang diungkapkan secara tidak langsung sehingga membuat pesan rancu.

Prinsip Gricean telah memainkan peran yang sangat penting dalam memahami pragmatisme bahasa dan bagaimana makna disampaikan melampaui interpretasi kata-kata secara lugas. Prinsip ini menyoroti pentingnya aspek-aspek seperti konteks dan kejelasan dalam komunikasi. Prinsip Gricean menekankan bagaimana pembicara dan pendengar bekerja sama untuk menyimpulkan makna dalam percakapan. Misalnya, prinsip

kuantitas menyarankan agar pembicara memberikan informasi yang cukup, tetapi tidak terlalu banyak, sementara prinsip kualitas menuntut kejujuran dalam penyampaian informasi. Ini memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana bahasa digunakan untuk menyampaikan makna yang lebih kompleks dan terkadang tidak langsung.

Karya Paul Grice tidak hanya memiliki dampak dalam bidang linguistik, tetapi juga merambah ke berbagai disiplin ilmu lainnya, termasuk psikologi dan studi komunikasi. Pengembangan teori-teori tentang percakapan dan komunikasi kooperatif berakar dari konsep-konsep yang diperkenalkan oleh Grice. Misalnya, teori-teori tentang kerja sama dan koherensi dalam percakapan banyak dipengaruhi oleh prinsip-prinsip Gricean. Pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana pesan disampaikan dan diterima dalam konteks sosial juga menjadi perhatian utama dalam studi psikologi dan komunikasi, yang memperkaya pemahaman tentang interaksi manusia secara keseluruhan.

Karya Paul Grice telah membentuk landasan penting bagi studi tentang komunikasi manusia, memberikan kerangka kerja yang kuat untuk memahami kompleksitas bahasa dan interaksi sosial. Kontribusinya terhadap teori komunikasi kooperatif dan pragmatisme bahasa telah membawa pengaruh yang luas dalam pemikiran modern tentang bagaimana kita berkomunikasi satu sama lain. Melalui penerapan prinsip-prinsip Gricean dalam berbagai bidang, individu kini dapat lebih memahami kompleksitas komunikasi manusia dan bagaimana makna dibangun dan dipahami dalam konteks sosial yang beragam.

#### **D. PROSES KOMUNIKASI**

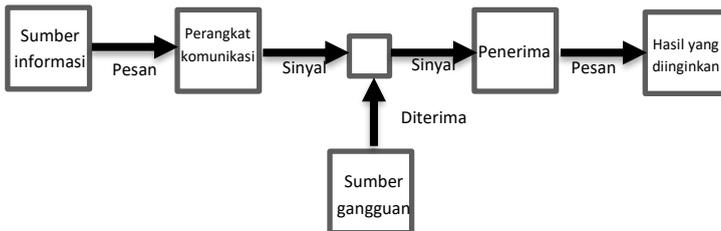
Berkomunikasi berdasarkan runut yang benar adalah sebuah proses. Proses komunikasi terdiri dari beberapa langkah dasar yang mana ada pembicara atau penyampai pesan dan adanya pemirsa

atau penerima pesan. Dalam prosesnya, pembicara dan pemirsa akan melalui runut peristiwa sebagai berikut:

- Penghasilan Pesan (Encoding): Pemilihan simbol-simbol atau kata-kata untuk menyampaikan pesan.
- Pemancaran (Transmission): Pengiriman pesan melalui saluran komunikasi, seperti ucapan, tulisan, atau media elektronik.
- Penerimaan (Decoding): Interpretasi pesan oleh penerima dengan mengurai simbol-simbol atau kata-kata yang digunakan pengirim.
- Feedback: Respon yang diberikan penerima kepada pengirim, menciptakan siklus komunikasi.

Runut peristiwa tersebut adalah umum adanya di semua teori komunikasi yang ada. Beberapa teori komunikasi yang populer seperti teori interaksi simbolik sangat bergantung pada pemahaman runut peristiwa untuk menciptakan intensi dan hasil komunikasi yang diinginkan. Teori interaksi simbolik sangat populer untuk menjelaskan peristiwa komunikasi dikarenakan teori ini menjelaskan fenomena bagaimana individu memberikan makna pada simbol-simbol dan tindakan sosial dalam interaksi mereka dengan orang lain. Teori ini dikembangkan oleh George Herbert Mead dan dilanjutkan oleh Herbert Blumer [Blumer, 2017]. Konsep dasarnya adalah bahwa manusia bertindak berdasarkan makna yang mereka terapkan pada objek dan situasi, dan makna ini dibentuk melalui proses interaksi sosial. Teori interaksi simbolik menjadi basis pendekatan komunikasi individu dengan menitikberatkan pada konsep “keakuan” yang berujung pada setiap kegiatan komunikasi memiliki tujuan mendapatkan sesuatu. Bahwa segala upaya, baik itu suara, bahasa tubuh, yang disampaikan melalui berbagai media adalah sebuah upaya untuk mendapatkan respon positif bagi pembicaranya. Di lain pihak, teori agenda setting menjelaskan bahwa media massa memiliki kekuatan untuk menetapkan agenda dan mempengaruhi perhatian publik terhadap topik tertentu.

Model komunikasi yang populer mewakili model-model komunikasi lainnya adalah model Shannon and Weaver (Umeozor, 2020). Model ini mewakili teori-teori komunikasi lain dengan memasukkan elemen gangguan sehingga dianggap cukup lengkap.



### Model komunikasi Shannon and Weaver

Sebaiknya individu melakukan proses komunikasi yang baik dengan menerapkan ilmu komunikasi yang sesuai di berbagai skenario, namun tetap saja gangguan bisa muncul yang menyebabkan terjadinya miskomunikasi. Berikut adalah beberapa hal yang dapat mengganggu proses komunikasi:

- Perbedaan persepsi: Individu memiliki latar belakang, nilai, dan pengalaman berbeda-beda, yang memengaruhi cara mereka memahami pesan. Terlebih lagi, ketika proses komunikasi terjadi, penciptaan persepsi baru atas informasi-informasi baru juga terjadi di benak pembicara dan penerima berdasarkan umpan balik yang disampaikan dalam proses komunikasi.
- Gangguan teknis: Gangguan seperti kebisingan, gangguan teknis dalam komunikasi jarak jauh, atau gangguan audio-visual dapat mengganggu penyampaian pesan. Bila pembicara dan pendengar berbicara di pinggir jalan raya, maka suara kendaraan, angin dan suara-suara lainnya akan mengganggu terjadinya proses komunikasi yang benar.
- Penggunaan bahasa verbal dan non verbal: Dalam berkomunikasi, sangat sulit bagi seorang individu untuk tidak menampilkan ekspresi tubuhnya. Ekspresi wajah, gerakan tubuh, atau nada suara bisa bertentangan dengan kata-kata

yang diucapkan, menyebabkan pesan menjadi tidak jelas. Seseorang yang tumbuh di lingkungan dengan nada tinggi bisa saja disalahsangkakan sedang marah padahal memang nada bicaranya tinggi tanpa adanya niatan marah.

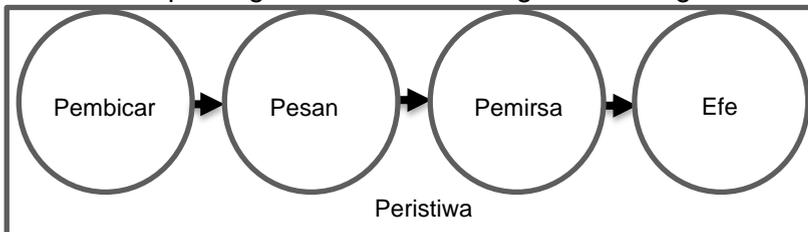
- Budaya: Norma, nilai, dan konvensi budaya yang berbeda dapat menyebabkan kesalahpahaman atau kebingungan dalam komunikasi lintas budaya. Seperti halnya poin penggunaan bahasa verbal dan non verbal, budaya juga merupakan topik yang perlu diwaspadai dalam berkomunikasi.
- Kemampuan berkomunikasi: Kurangnya keterampilan dalam menyampaikan pesan dengan jelas, mendengarkan dengan baik, atau memberikan umpan balik yang efektif dapat menjadi hambatan komunikasi.
- Gangguan emosional: Dikarenakan semua orang memiliki pengalaman yang berbeda, sebagai pembicara dan penerima, individu harus menyadari proses komunikasi adalah sebuah proses yang kompleks. Terlalu sibuk dengan pikiran atau emosi sendiri, atau kurangnya minat terhadap topik yang dibicarakan, dapat menghambat kemampuan seseorang untuk mendengarkan dengan baik.

Mengidentifikasi dan mengatasi hambatan komunikasi merupakan langkah penting untuk memastikan komunikasi efektif dan harmonis dalam berbagai situasi. Dengan menyadari hambatan tersebut, individu dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi atau menghindari mereka, sehingga pesan dapat disampaikan dengan jelas dan dipahami oleh penerima. Untuk mencapai hal ini, penting untuk menjelaskan pesan dengan jelas dan menggunakan contoh konkret. Memberikan kesempatan bagi penerima pesan untuk bertanya atau memberikan umpan balik juga merupakan langkah penting untuk memastikan pemahaman yang benar.

Selain itu, keselarasan antara bahasa verbal dan non-verbal juga penting dalam memastikan efektivitas komunikasi. Pastikan ekspresi tubuh, nada suara, dan bahasa tubuh mendukung pesan verbal yang disampaikan. Selain itu, pemilihan lingkungan yang tenang untuk berkomunikasi serta memastikan bahwa peralatan

teknis berfungsi dengan baik sebelum memulai komunikasi adalah langkah-langkah praktis yang dapat membantu mengurangi hambatan dalam proses komunikasi. Selanjutnya, penting juga untuk meningkatkan pemahaman tentang perbedaan budaya dan berlatih empati dalam memahami perspektif budaya orang lain, karena hal tersebut dapat membantu mengurangi hambatan komunikasi yang timbul dari perbedaan budaya. Pelatihan dan pengembangan keterampilan komunikasi juga sangat penting, karena hal ini dapat membantu individu meningkatkan keterampilan dalam menyampaikan pesan, mendengarkan dengan baik, dan memberikan umpan balik yang efektif dalam berbagai situasi komunikasi.

Ilmu Komunikasi sebagai bidang studi formal dimulai pada abad ke-20 dengan contoh-contoh ahli di atas seperti Saussure dan Grice, tetapi konsep komunikasi dan pertukaran informasi telah menjadi perhatian manusia sejak zaman kuno. Pada periode ini, para filsuf Yunani seperti Plato dan Aristoteles telah menciptakan dasar-dasar pemikiran tentang retorika dan seni berbicara, yang dapat dianggap sebagai prakarsa awal ilmu komunikasi (Teixeira & Rocha, 2018). Mereka memahami pentingnya pengaruh kata-kata dan cara berbicara dalam meyakinkan pendengarnya. Selanjutnya, di era *Renaissance*, pengembangan teknologi cetak dan penyebaran tulisan-tulisan ilmiah menciptakan kebutuhan akan keterampilan komunikasi yang lebih luas. Tokoh seperti John Locke dan John Stuart Mill mengemukakan gagasan tentang kebebasan berbicara dan kepentingan mendukung dialog terbuka.



**Model komunikasi Aristoteles**

## E. ILMU KOMUNIKASI DI ERA MODERN

Awal mula ilmu komunikasi modern lebih terfokus pada abad ke-20 dengan kontribusi dari berbagai disiplin ilmu, termasuk sosiologi, psikologi, dan ilmu politik. Peran ilmu komunikasi menjadi semakin penting untuk dipahami dengan mendalam, terutama seiring dengan perkembangan masyarakat yang semakin kompleks dan terkoneksi dalam era digital. Memasuki abad ke-21, peran ilmu komunikasi semakin meningkat karena semakin pentingnya kebutuhan dalam mengelola informasi dan menciptakan opini publik, terutama dengan munculnya fenomena media sosial yang telah menjadi bagian integral dari budaya manusia. Dengan munculnya teknologi modern, ilmu komunikasi mengalami perkembangan yang signifikan, mencakup studi tentang bagaimana media sosial memengaruhi cara kita berinteraksi, berbagi informasi, dan membentuk persepsi.

Sosial media seperti Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan platform lainnya telah membuka pintu bagi kanal komunikasi baru di dunia digital, tetapi juga membawa tantangan baru. Pengaruh sosial media dalam membentuk opini publik telah menjadi sebuah kenyataan yang tidak dapat diabaikan lagi (McGregor, 2020). Kendali terhadap opini publik melalui teori *agenda setting* tidak lagi terbatas pada media tradisional, melainkan juga telah merambah ke dalam dunia sosial media. Kampanye presiden Amerika Serikat Barrack Obama secara historis tercatat sebagai salah satu penciptaan opini melalui media sosial terbaik dalam kampanye pemilihan Presiden Amerika Serikat. Tak hanya pemilihan Presiden, kampanye-kampanye pemasaran kini juga sudah merambah sosial media. Penggunaan influencer atau karakter Internet kini telah menyamai penggunaan karakter bintang film terkenal. Oleh karena itu, penguasaan ilmu komunikasi menjadi semakin penting bagi setiap individu, baik untuk memahami bagaimana informasi diproduksi dan disebarakan di era digital, maupun untuk

mengembangkan keterampilan komunikasi yang efektif dalam berbagai konteks.

Dalam era di mana informasi menjadi semakin mudah diakses dan disebar, kemampuan untuk memahami dan menganalisis komunikasi menjadi kunci. Ilmu komunikasi tidak hanya penting untuk kepentingan bersama, tetapi juga menjadi keterampilan yang vital dalam kehidupan sehari-hari. Dengan memahami prinsip-prinsip komunikasi, individu dapat lebih efektif dalam berinteraksi, membangun hubungan yang kuat, dan berkontribusi dalam pembentukan masyarakat yang lebih inklusif dan berdaya. Oleh karena itu, pengembangan dan penyebaran ilmu komunikasi menjadi semakin relevan dan diperlukan dalam konteks global yang terus berubah dan berkembang.

## **F. RANGKUMAN**

1. Ilmu Komunikasi adalah bidang studi yang menjadi landasan teori dasar bagi berbagai bidang studi lainnya. Teori-teori bidang studi, hukum, perjanjian, bahkan syair lagu, semuanya menggunakan konsep-konsep ilmu komunikasi dalam penyampaiannya.
2. Ilmu Komunikasi memperhatikan nuansa-nuansa kecil yang dapat mengganggu proses komunikasi. Gangguan tersebut bisa bersifat fisik maupun psikis, dan memahami serta mengatasi gangguan tersebut menjadi fokus dalam ilmu komunikasi.
3. Terdapat dua pendekatan dalam ilmu komunikasi, yaitu pendekatan teoritis dan pendekatan praktis. Pendekatan teoritis berfokus pada pengembangan teori dasar, sementara pendekatan praktis menerapkan prinsip-prinsip teori tersebut dalam situasi nyata.
4. Ilmu Komunikasi merupakan studi tentang bagaimana informasi, ide, dan emosi disampaikan, diproses, dan diterima melalui berbagai saluran komunikasi. Ilmu komunikasi

melibatkan penggunaan bahasa verbal dan non-verbal serta memahami konteks sosial dan budaya.

5. Komunikasi adalah proses yang melibatkan pemrosesan, pemancaran, penerimaan, dan umpan balik terhadap pesan. Gangguan dalam komunikasi bisa timbul dari perbedaan persepsi, gangguan teknis, penggunaan bahasa verbal dan non-verbal, budaya, kemampuan berkomunikasi, dan gangguan emosional. Mengidentifikasi dan mengatasi hambatan tersebut penting untuk memastikan komunikasi yang efektif.

## **G. TES FORMATIF**

Berikut adalah 5 pertanyaan pilihan ganda berdasarkan teks yang diberikan:

1. Siapa yang dianggap sebagai "bapak bahasa modern"?
  - a) John Locke
  - b) Ferdinand de Saussure
  - c) Paul Grice
  - d) Dell Hymes
  - e) George Herbert Mead
2. Pendekatan teoritis dalam ilmu komunikasi lebih berfokus pada:
  - a) Penerapan prinsip-prinsip teoritis ke dalam konteks nyata.
  - b) Pengembangan strategi dan keterampilan praktis.
  - c) Pengembangan dan pengujian teori serta konsep-konsep yang mendasari komunikasi manusia.
  - d) Penggunaan bahasa verbal dan non verbal.
  - e) Studi tentang bagaimana informasi disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi.
3. Teori Penyebaran Inovasi (Diffusion of Innovations Theory) dikembangkan oleh siapa?
  - a) Paul Grice
  - b) John Locke

- c) Ferdinand de Saussure
  - d) Dell Hymes
  - e) Everett Rogers
4. Prinsip Gricean dalam komunikasi menekankan pentingnya:
- a) Menggunakan bahasa verbal dan non verbal dengan benar.
  - b) Pemilihan lingkungan yang tenang untuk berkomunikasi.
  - c) Pengembangan dan penyebaran ilmu komunikasi.
  - d) Hubungan antara tanda-tanda dalam bahasa.
  - e) Mematuhi pedoman dalam interaksi sehari-hari untuk mendorong dialog yang produktif.
5. Model komunikasi yang mewakili teori-teori komunikasi lain dengan memasukkan elemen gangguan adalah:
- a) Model Aristoteles
  - b) Model Shannon and Weaver
  - c) Model Dell Hymes
  - d) Model George Herbert Mead
  - e) Model Ferdinand de Saussure

#### **H. Latihan dan evaluasi**

- Bagaimana peran ilmu komunikasi dalam memahami dan mengatasi gangguan dalam proses komunikasi, baik secara fisik maupun psikis?
- Bagaimana pendekatan teoritis dan praktis dalam ilmu komunikasi saling melengkapi dan memperkaya satu sama lain?
- Bagaimana kontribusi Paul Grice terhadap pemahaman kita tentang komunikasi manusia, terutama melalui prinsip-prinsip Gricean?
- Bagaimana model komunikasi Shannon and Weaver menggambarkan proses komunikasi secara umum, dan apa saja gangguan yang mungkin terjadi dalam proses tersebut?
- Bagaimana perkembangan teknologi modern, terutama media sosial, memengaruhi peran dan relevansi ilmu komunikasi dalam masyarakat saat ini, dan apa implikasinya?

## **KEGIATAN BELAJAR 4**

### **UNSUR UNSUR KOMUNIKASI**

#### **DESKRIPSI PEMBELAJARAN**

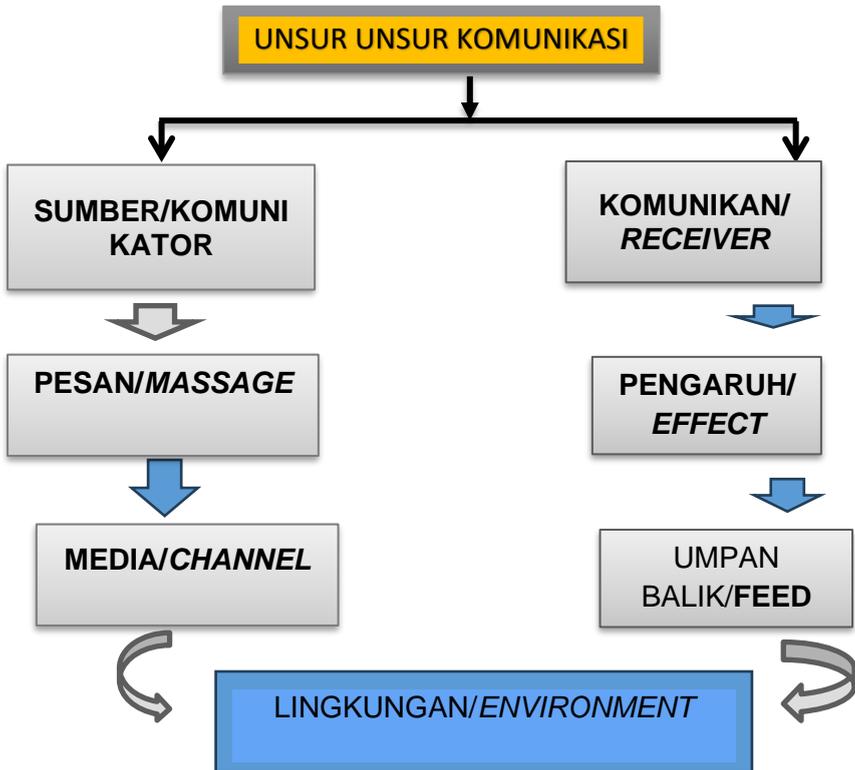
Pada bab ini mahasiswa mempelajari tentang konsep dasar unsur unsur komunikasi, mahasiswa memiliki wawasan dan pemahaman untuk modal dasar mempelajari komunikasi lebih lanjut.

#### **KOMPETENSI PEMBELAJARAN**

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan :

1. Mampu menjelaskan tentang apa itu Sumber atau komunikator (*source*).
2. Mampu memahami tentang pesan atau *Message*.
3. Mampu menjelaskan tentang Saluran atau Media (*channel*)
4. Mampu menjelaskan tentang Penerima atau Komunikan (*receiver*)
5. Mampu menguraikan tentang Akibat atau Pengaruh (*effect*)
6. Mampu menjelaskan tentang Umpan balik atau *Feed back*
7. Mampu menguraikan tentang Lingkungan (*environment*)

## PETA KONSEP PEMBELAJARAN



### A. Pengantar

Manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa hidup sendiri tanpa orang lain, manusia perlu berinteraksi dari satu orang ke orang lain dalam bentuk komunikasi, baik secara individu, kelompok, dan massa, Manusia saling bertukar informasi sehingga individu yang satu dengan individu lainnya memahami satu sama lainnya. Namun proses komunikasi yang sering berjalan antar individu atau kelompok tidak semudah yang kita bayangkan, di dalam komunikasi akan menemukan salah satunya adalah unsur unsur komunikasi

yaitu hal hal yang mendasar yang harus ada di dalam proses komunikasi.

Sebelum kita bahas lebih lanjut, kita pahami tentang komunikasi menurut beberapa ahli. Komunikasi memiliki pengertian yang sangat beragam yang dikemukakan oleh para ahli, diantaranya yaitu Aristoteles seorang ahli filsafat dari Yunani Kuno yang menyebutkan, bahwa suatu proses komunikasi bisa berjalan jika memiliki tiga unsur yang mendukungnya, meliputi:

1. Siapa yang berbicara
2. Apa yang dibicarakan
3. Siapa yang mendengarkan

Sedangkan menurut Claude E Shannon dan Warren Weaver (1949) menyatakan bahwa di dalam suatu proses komunikasi memerlukan lima unsur utama, yaitu:

1. Pengirim
2. Transmitter
3. Signal
4. Penerima
5. Tujuan

Hal tersebut dapat disimpulkan dari hasil studi yang mereka lakukan mengenai pengiriman pesan melalui telepon dan radio. Pendapat lain yang dikemukakan oleh Charles Osgood, Gerald Miller dan Melvin L. de Fleur untuk menyempurnakan komunikasi tersebut menambahkan dua unsur komunikasi, yaitu unsur efek dan umpan balik (*feed back*), sementara menurut pandangan dari Joseph de Vito, K. Sereno dan Erika Vora mengemukakan bahwa ada unsur yang dapat ditambahkan dan unsur tersebut tidak kalah pentingnya, yaitu unsur lingkungan (*environment*). Kesimpulan yang dapat dirangkum dari beberapa ahli komunikasi, bahwa unsur unsur komunikasi setidaknya ada tujuh unsur, yang terdiri dari:

1. Sumber atau Komunikator (*source/sender*)
2. Pesan atau *Message*

3. Media atau *Channel*
4. Penerima atau komunikan (*receiver*)
5. Akibat atau pengaruh (*Effect*)
6. Umpan balik atau *Feed back*
7. Lingkungan atau *Environment*

Berikut gambar Proses dalam Komunikasi yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang satu dengan yang lainnya



Gambar 4.1. Proses Komunikasi

## B. UNSUR UNSUR KOMUNIKASI

### 1. Sumber atau Komunikator (*source/sender*)

Dalam komunikasi adanya suatu proses interaksi antar satu dengan yang lainnya, proses tersebut tidak akan bisa berjalan bila tidak ada kehadiran seorang komunikator atau pengirim informasi yang memiliki suatu gagasan/ide, pendapat, atau pernyataan. Komunikator adalah pengirim pesan atau sumber informasi. Komunikator juga dapat diartikan seseorang yang mempunyai inisiatif untuk menyampaikan pesan kepada orang lain baik pesan secara verbal (menggunakan kata kata/lisan) maupun non verbal (menggunakan isyarat/ekspresi, tanpa menggunakan kata kata). Peran seorang komunikator adalah untuk menciptakan suasana yang baik dan kondusif dalam suatu proses komunikasi, yang senantiasa memperhatikan umpan balik.

Pengirim atau *sender* adalah orang yang memulai membagikan informasi, yang jelas memiliki beberapa jenis informasi yang akan disampaikan kepada lawan bicara, baik itu pendapat, pernyataan atau gagasan. Kompetensi umum dalam berkomunikasi yang harus dimiliki setiap komunikator meliputi pengetahuan, dan sikap yang baik pada saat berkomunikasi, mampu membawa diri, menyesuaikan dengan situasi dan kondisi saat komunikasi berlangsung.

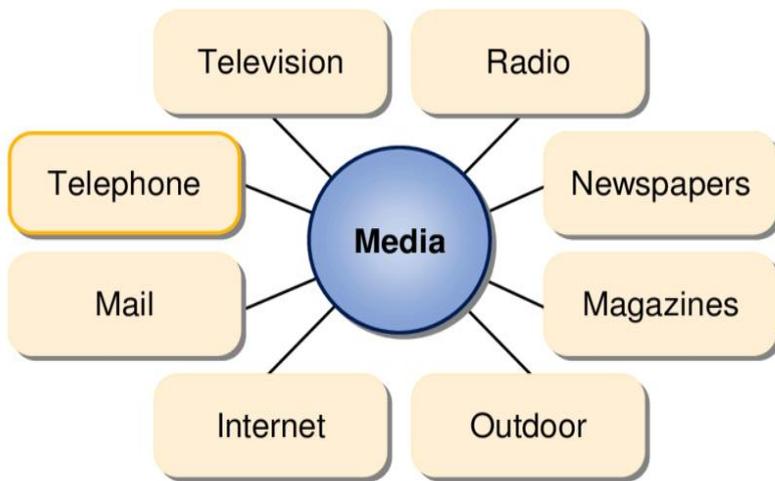
### 2. Pesan atau *Message*

Dalam proses komunikasi, pesan atau *message* ini menjadi salah satu bagian penting di dalam unsur komunikasi. Pesan (*message*) adalah Informasi/*content* yang dikirim oleh pengirim pesan baik secara verbal melalui nada suara yang tepat maupun non verbal/*body language* yang disampaikan kepada komunikan/penerima pesan. Pesan dapat diartikan juga yaitu stimulus yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Unsur pesan sangat bervariasi, sifatnya ada yang formal, ada yang non formal seperti menghibur, pesan atau

informasi juga meliputi isi berita, amanat, laporan, dan keterangan tentang suatu peristiwa atau kejadian. Pesan ini juga dapat disampaikan melalui tatap muka atau melalui media komunikasi.

### 3. Media atau *channel*

Media atau *channel* dalam proses komunikasi ini yaitu alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari komunikator kepada komunikan. Media juga merupakan *channels sensory* meliputi pendengaran, penglihatan, peraba, perasa dan penciuman. Media sebagai alat penghubung antara pemberi dan penerima informasi secara terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengar apa yang disampaikan oleh pemberi pesan. Fungsi media atau sarana komunikasi adalah sebagai saluran atau sarana yang bisa digunakan dalam mengirimkan pesan atau informasi kepada penerima. Media saat ini sudah berkembang pesat, sudah mulai canggih pengiriman informasi yaitu melalui teknologi komunikasi, seperti melalui internet, *whatsapp*, telepon genggam, *website*, dan teknologi lainnya. Komunikasi dan informasi terkini, mudah, murah, efektif, dan efisien dari segi waktu, tempat dan lainnya. Informasi dapat tersebar melalui media baik cetak maupun elektronik. Media cetak adalah segala barang cetak yang dapat dipergunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Media cetak meliputi surat kabar, majalah, *leaflet*, brosur, bulletin, artikel, spanduk, dan media cetak lainnya, sedangkan media elektronik merupakan bentuk perkembangan baru media komunikasi massa di era digitalisasi yaitu meliputi radio, televisi, komputer, *handphone*, *recording*, internet, *website*, dan media elektronik lainnya. Fungsi utama dari media elektronik adalah memberikan informasi secara *audiovisual*.



*Gambar 4.2. Media Komunikasi*

4. Penerima atau komunikan (*receiver*)

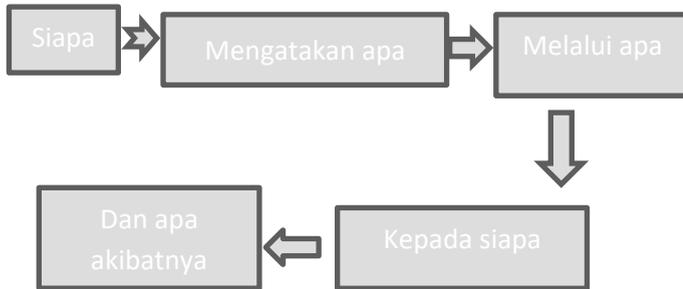
Komunikan adalah seseorang yang menerima pesan/informasi dari sumber informasi/komunikator. Sering di sebut sebagai sasaran dalam penyampaian pesan oleh komunikator dalam suatu proses komunikasi. Penerima pesan merupakan bagian unsur yang penting. Penerima pesan bisa individu, kelompok, atau massa. Komunikan akan menerima pesan dengan mendengarkan, melihat, dan sebagainya, penerimaan komunikan tersebut dapat direspon dengan aktif atau pasif. Respon aktif menggambarkan adanya reaksi dari komunikasi terhadap stimulus stimulus yang disampaikan komunikator seperti reaksi ekspresi, perilaku, baik secara verbal maupun non verbal. Sedangkan respon pasif yaitu penerima pesan atau komunikan tidak ada reaksi. Untuk keberhasilan dalam suatu proses komunikasi, diantaranya yaitu mengenal lawan bicara, memahami karakteristik sipenerima informasi.

##### 5. Akibat atau pengaruh (*Effect*)

Pengaruh/*effect*, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya terhibur, menambah pengetahuan, perubahan sikap, atau bahkan perubahan perilaku.

Efek komunikasi adalah perubahan yang terjadi pada diri penerima pesan, perubahan ini meliputi pengetahuan, sikap dan perilaku. Hasil perubahan pengetahuan yang berdampak pada intelektual (kognitif) seperti memperoleh pengetahuan, belajar menganalisis sintesis. Perubahan yang terjadi pada sikap (afektif) yang meliputi adanya perubahan sikap, keyakinan, emosi dan perasaan. Sedangkan perubahan pada psikomotorik yaitu pengaruh terhadap keterampilan penerima pesan misal pada gerakan baru, yang dimaksud gerakan baru disini bahwa seorang komunikator mencontohkan peragaan misalnya pada cara memandikan bayi yang benar dengan menggunakan alat peraga, atau langsung kepada ibu yang memiliki bayi dan langsung memandikan bayinya, kemudian gerakan tersebut dapat ditiru oleh ibu bayi sebagai komunikan setiap kali memandikan bayinya, disebut juga sebagai perubahan psikomotorik. Hasil komunikasi dapat memberi dampak menerima atau menolak. Besar tidaknya pengaruh komunikasi berhubungan erat dengan umpan balik yang di terima komunikator dan komunikan.

Berikut adalah model komunikasi Laswell yang melihat bahwa suatu proses komunikasi selalu mempunyai efek atau pengaruh.



Gambar 4.3. Model Komunikasi Laswell

#### 6. Umpan balik atau *Feed back*

Umpan balik atau *Feed back*, memainkan peranan penting dalam komunikasi sebab ia menentukan berlanjutnya atau berhentinya komunikasi. Umpan balik dapat bersifat positif, dapat pula bersifat negatif. Feedback adalah informasi yang dikirimkan balik ke sumbernya (Clement dan Frandsen, 1976). Umpan balik merupakan proses lanjutan yang berupa tanggapan atau jawaban dari pesan yang dikirimkan komunikator kepada komunikan. Respon verbal atau non verbal dari komunikan kepada komunikator membantu memberikan kejelasan terhadap pesan yang disampaikan. 3 komponen umpan balik yang efektif. Umpan balik dapat dapat berupa umpan balik positif dan negatif. Dua hal ini sama-sama penting. Tujuan dari umpan balik negatif adalah untuk meningkatkan komunikasi agar lebih efektif. tujuan umpan balik positif adalah untuk membuat seseorang merasa dihargai dan memotivasi mereka untuk terus memberikan kinerja terbaik.



Gambar 4.4. Umpan Balik dalam Proses Komunikasi

#### 7. Lingkungan atau *Environment*

Lingkungan sebagai tempat interaksi, dalam suatu proses komunikasi dapat dipengaruhi oleh lingkungan, baik itu lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Berlangsungnya proses komunikasi dapat dipengaruhi oleh lingkungan eksternal seperti suasana yang kurang kondusif, yaitu suara bising yang dapat mengganggu komunikasi, pencahayaan ruang yang kurang maksimal.

Cox dalam tulisannya “*Environmental Communication and Public Sphere*” (2010:20), menyatakan bahwa komunikasi lingkungan adalah sarana konstitutif dan pragmatis bagi pemahaman manusia dengan lingkungan serta hubungan manusia dengan alam. Hal ini adalah media simbolis yang digunakan dalam mengkonstruksi masalah-masalah lingkungan dan menegosiasikan respon yang berbeda dalam masyarakat.

Dalam dimensi lingkungan komunikasi paling tidak memiliki tiga dimensi utama. Dimensi tersebut dapat digolongkan atas tiga dimensi, adalah sebagai berikut:

1. Lingkungan fisik.

Dimensi ini yang berkaitan dengan fisik, yaitu ruang dimana komunikasi berlangsung nyata atau berwujud.

2. Lingkungan sosial psikologis

Lingkungan sosial psikologis yaitu meliputi hubungan status, rasa persahabatan, atau permusuhan, formalitas atau informalitas, serius, senda gurau, bentuk peran yang dijalankan orang, dan aturan budaya masyarakat dimana mereka berkomunikasi.

3. Dimensi waktu

Dimensi waktu (temporal) yang mencakup hitungan jam, hari, sejarah dimana komunikasi berlangsung.

Ketiga dimensi lingkungan tersebut di atas saling berinteraksi, dan saling memengaruhi, sebagai contoh, terlambat memenuhi janji dengan seseorang (dimensi temporal) bisa mengakibatkan berubahnya suasana persahabatan atau permusuhan (dimensi sosialpsikologis), kemudian mengakibatkan perubahan kedekatan fisik (dimensi fisik). Artinya tiap perubahan menyebabkan perubahan lain sehingga proses komunikasi fleksibel.

### **C. RANGKUMAN**

Berdasarkan uraian di atas, bahwa manusia itu saling bertukar informasi sehingga individu yang satu dengan individu lainnya memahami satu sama lainnya. Namun proses komunikasi yang sering berjalan antar individu atau kelompok tidak semudah yang kita bayangkan, di dalam komunikasi akan menemukan salah satunya adalah unsur unsur komunikasi yaitu hal hal yang mendasar yang harus ada di dalam proses komunikasi, diantaranya yaitu tujuh unsur, yang terdiri dari:

1. Sumber atau Komunikator (*source/sender*)
2. Pesan atau *Message*
3. Media atau *Channel*
4. Penerima atau komunikan (*receiver*)
5. Akibat atau pengaruh (*Effect*)
6. Umpan balik atau *Feed back*
7. Lingkungan atau *Environment*

#### **D. TES FORMATIF**

1. Dalam suatu proses komunikasi ada beberapa unsur yang terjadi, diantaranya yaitu?
  - a) Komunikator, Komunikan, pesan, dan hambatan
  - b) Komunikator, pesan, media, komunikan, feed back
  - c) Komunikator, komunikan, pesan, latar belakang
  - d) Media, feed back, lingkungan, dan susana
  - e) Salah semua
2. Komunikasi yang terjadi satu arah, menggunakan teknologi yang canggih, terdapat pada media?
  - a) Surat kabar
  - b) Majalah
  - c) Internet.
  - d) Komunikasi langsung
  - e) Komunikasi tatap muka

Kunci Jawaban:

1. B. Komunikator, pesan, media, komunikan, feed back
2. C. Internet.

## **E. LATIHAN**

Jelaskan 7 unsur komunikasi yang terjadi pada proses komunikasi, dan berikan contohnya!

## **KEGIATAN BELAJAR 5**

### **PRINSIP-PRINSIP KOMUNIKASI**

#### **DESKRIPSI PEMBELAJARAN**

Sesi ini membahas tentang prinsip-prinsip komunikasi sehingga mahasiswa setelah mempelajari materi ini memperoleh pemahaman dan pengetahuan tentang konsep dan prinsip-prinsip komunikasi baik secara teoritis maupun praktis. Pada pokok bahasan ini mahasiswa mempelajari prinsip-prinsip komunikasi sehingga komunikasi bisa berjalan secara efektif. Setelah mempelajari materi ini diharapkan mahasiswa memahami dan mampu menjelaskan prinsip-prinsip komunikasi serta mengaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

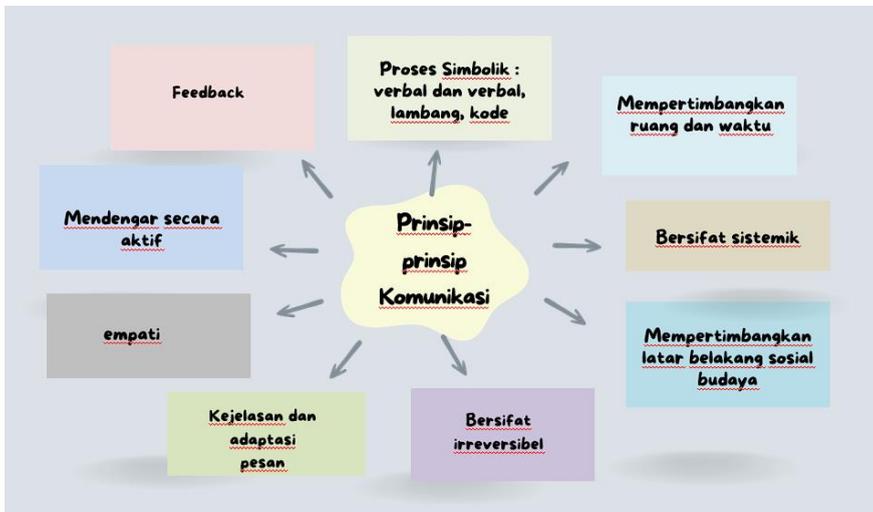
#### **KOMPETENSI PEMBELAJARAN**

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan peserta didik memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam :

1. Menjelaskan definisi komunikasi dan ruang lingkup komunikasi.
2. Menjelaskan prinsip-prinsip komunikasi yang efektif.
3. Menerapkan komunikasi yang efektif dalam kehidupan sehari-hari
4. Memberi contoh komunikasi yang efektif di masyarakat.

#### **PETA KONSEP PEMBELAJARAN**

Konsep pembelajaran pada sesi ini, secara sistematis digambarkan dalam peta pembelajaran berikut ini;



*Gambar 4.1  
Peta Konsep Pembelajaran Prinsip-prinsip Komunikasi*

## A. Pendahuluan

Dalam kehidupan sehari-hari, kita sebagai makhluk sosial tentunya membutuhkan orang lain dalam segala bidang kehidupan. Tentunya hal tersebut menuntut kita untuk berinteraksi dengan orang lain. Proses interaksi tersebut akan terjadi dialog atau percakapan diantara manusia yang satu dengan yang lain. Proses inilah yang pada akhirnya dimaknai sebagai komunikasi. Komunikasi memiliki banyak makna dari makna yang umum hingga makna yang spesifik. Beberapa literatur dan para ahli menjelaskan bahwa pada prinsipnya komunikasi merupakan aktivitas atau proses saling tukar menukar pesan, penyampaian informasi, makna serta pemahaman dari pengirim pesan kepada penerima pesan. Komunikasi akan terjadi apabila terdapat persamaan makna antara pengirim pesan dan penerima pesan.

Komunikasi dapat dilakukan baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi verbal apabila penyampaian pesan dilakukan langsung secara lisan baik melalui perseorangan, menggunakan media telepon maupun penyampaian secara langsung kepada kelompok kecil dan massa. Komunikasi non verbal dilakukan secara tidak langsung. Komunikasi non verbal menggunakan media tertulis (surat, pesan whatsapp, telegram, catatan dan lain-lain). Komunikasi non verbal juga dapat dilakukan melalui simbol-simbol, gambar serta benda-benda lainnya yang dapat dijadikan simbol pesan.

Ketika berkomunikasi, tentunya terdapat tujuan yang ingin disampaikan atau ingin dicapai. Oleh karena itu kemampuan dalam berkomunikasi yang efektif sangat diperlukan.

## **B. Prinsip-prinsip Komunikasi**

Prinsip-prinsip komunikasi yang efektif didasarkan pada beberapa teori dan model ilmiah. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan agar komunikasi menjadi efektif. Berikut ini komponen yang mendukung prinsip-prinsip komunikasi menurut Mulyana, (2005);

### **1. Komunikasi merupakan proses simbolik**

Simbol atau lambang merupakan sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu yang lain, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang juga digunakan sebagai penyampai pesan maupun sebagai representasi pesan yang telah disepakati bersama. Lambang atau simbol bisa berupa kata-kata (pesan verbal), perilaku non verbal serta objek lain yang memiliki makna yang disepakati. Lambang merupakan salah satu kategori tanda yang juga direpresentasikan oleh ikon. Misalnya “Putri Diana merupakan ikon (lambang) kecantikan”, Albert Einstein, dianggap sebagai lambang ilmu pengetahuan

dan Franklin Delano Roosevelt lambang kemenangan demokrasi atas fasisme dan komunisme.

Lambang memiliki sifat-sifat tertentu, diantaranya adalah

- a) Lambang bersifat sembarang, manasuka atau sewenang-wenang

Semua hal disekitar kita bisa dijadikan lambang atau simbol. Tulisan, isyarat anggota badan, makanan, tempat tinggal, jabatan, hobi, angka, dan lain-lain semua bisa menjadi lambang termasuk gambar-gambar binatang maupun tumbuhan juga menjadi lambang partai politik. Misalnya huruf X melambangkan pria dan huruf Y melambangkan wanita. Kepala Banteng digunakan untuk lambang partai PDI Perjuangan, pohon beringin digunakan untuk lambang partai Golkar dan lain-lain. Dadanan dan pakaian juga dapat menjadi lambang. Seseorang yang mengenakan *Outfit* dari merk merk ternama serta berkulit putih disimbolkan sebagai orang dari golongan ekonomi menengah ke atas ataupun bonafit.

- b) Lambang pada dasarnya tidak memiliki makna

Pada dasarnya kita sendirilah yang memberi makna dari suatu lambang/symbol. Pemberian makna tersebut tentunya atas kesepakatan bersama, meskipun sebenarnya tidak ada hubungan yang nyata antara lambang dengan objek yang dirujuk. Misalnya seseorang yang menggunakan baju dan atribut tentara belum tentu dia seorang tentara. Begitupun dengan angka atau huruf. Huruf A misalnya dalam dunia pendidikan sering diasosiasikan dengan kualitas atau prestasi yang tinggi. Begitu juga dengan angka. Pada beberapa kalangan dan suku bangsa, angka dijadikan simbol keberuntungan dan kesialan/bencana. Orang barat meyakini bahwa hari Jumat tanggal 13 merupakan hari munculnya kejahatan, bencana dan kesialan lainnya. Sementara sebgaiain orang juga ada yang meyakini bahwa angka yang cantik misalnya tanggal 2-2-2022 merupakan

angka yang cantik untuk melangsungkan pernikahan bahkan untuk melahirkan putra/putri.

c) Lambang itu bervariasi

Lambang itu bervariasi dari suatu budaya ke budaya lainnya. Lambang dengan makna yang diberikan oleh suatu masyarakat berbeda dari budaya ke budaya yang lainnya. Kata “heboh” misalnya pada saat ini digunakan oleh anak muda untuk menggantikan kata “hebat atau keren” meskipun pada awalnya kata tersebut berarti gaduh, ribut atau gempar.

## 2. Setiap perilaku memiliki potensi komunikasi

Perilaku dapat dimaknai sebagai tindakan seseorang yang terlihat. Manusia dalam tindakan sehari-hari tentunya tidak dapat terlepas dari komunikasi. Akan sangat sulit bagi seseorang untuk tidak berkomunikasi dengan orang lain. Setiap aktivitas atau perilaku memiliki potensi sebagai komunikasi dan ditafsirkan. Pada saat ketika seseorang sedang tersenyum misalnya, oleh orang yang melihat akan ditafsirkan bahagia. Ketika tiba-tiba seseorang keluar ruang rapat dan tidak memberikan tanggapan apapun, bisa jadi ditafsirkan dia sedang marah atau tidak sepekat dengan hasil rapat. Dan masih banyak contoh lainnya di sekitar kita bahwa setiap perilaku memiliki potensi komunikasi. Bahkan diamnya seseorang juga dapat menjadi bagian dari komunikasi dan dapat ditafsirkan banyak makna.

## 3. Komunikasi memiliki dimensi isi dan hubungan

Pesan yang sama dapat ditafsirkan berbeda jika disampaikan dengan cara yang berbeda. Dimensi isi dalam suatu komunikasi mengacu pada isi pesan, sementara dimensi hubungan mengacu pada aspek-aspek atau unsur lain. Suatu pesan memiliki pengaruh yang berbeda-beda, tidak hanya tergantung pada isi pesan namun juga ditentukan oleh siapa yang menulis pesan tersebut. Pesan akan sangat berpengaruh di media massa manakala ditulis oleh seorang tokoh penting

dibandingkan jika ditulis oleh orang biasa. Selain itu, pesan dalam komunikasi juga dipengaruhi oleh media. Film kekerasan yang ditayangkan di televisi bisa memberikan dampak besar kepada penonton terutama anak-anak jika dibandingkan ditayangkan/disajikan dalam media radio atau koran.

#### **4. Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan**

Komunikasi terjadi baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Seringkali terjadi perilaku baik secara sengaja maupun tidak, ditafsirkan sebagai penyampai pesan oleh orang lain. Misalnya ketika pada saat ujian seorang mahasiswa terlihat gelisah, dapat ditafsirkan bahwa dia sedang berusaha mencari bantuan jawaban dari teman. Atau misalnya ketika berbicara dengan orang yang lebih tua, tanpa sengaja anak muda/remaja berkacak pinggang maka hal tersebut dapat ditafsirkan tidak sopan, kurang ajar dan lain-lain.

#### **5. Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu**

Pesan yang disampaikan dalam suatu komunikasi juga sangat dipengaruhi oleh ruang dan waktu. Akan menjadi sangat tidak sopan mana kala di dalam masjid seseorang menggunakan pakaian yang terbuka dan tertawa terbahak-bahak. Bahkan terasa kurang sopan juga apabila di suatu majelis taklim atau tempat ibadah, membicarakan hal-hal yang dianggap lucu, gaya hidup bahkan gosip-gosip di televisi.

Makna pesan dalam komunikasi juga dipengaruhi oleh waktu. Bertamu akan menjadi kurang sopan apabila dilakukan pada larut malam. Begitupun dengan komunikasi melalui telepon. Dering telepon pada malam hari pada saat jam istirahat akan dimaknai kurang sopan, terutama apabila berasal dari nomor yang tidak dikenal, teman maupun mahasiswa.

## **6. Komunikasi melibatkan prediksi peserta**

Komunikasi terikat oleh norma, aturan maupun etika-etika dalam masyarakat. Hal ini berarti bahwa dalam berkomunikasi perlu dipertimbangkan strategi atau cara-cara tertentu tentang bagaimana penerima pesan akan merespon apa yang kita sampaikan. Dalam berkomunikasi seseorang perlu mempertimbangkan tatakrama atau etika. Misalnya ketika berbicara dengan orang yang lebih tua akan menjadi kurang sopan apabila menyebut orang tua dengan kata “kamu”. Memperkirakan respon penerima pesan dalam komunikasi juga penting diperhatikan. Penjaga toko misalnya akan menunjukkan perilaku verbal dan nonverbal ketika melihat ada pengunjung toko yang masuk dan terlihat sedang melihat-lihat barang dagangan.

## **7. Komunikasi bersifat sistemik**

Efektifitas komunikasi sangat ditentukan oleh banyak faktor baik faktor internal maupun eksternal. Komunikasi merupakan suatu sistem yang saling terkait diantara unsur-unsurnya yang terdiri dari pemberi pesan, media, *channel*/saluran, penerima pesan bahkan *feedback* dari pesan itu sendiri. Faktor internal yang merupakan bagian dari sistem komunikasi diantaranya adalah pendidikan, latar belakang sosial budaya, pola pikir, sikap dan unsur-unsur lain dari dalam individu yang membentuk karakter dan keunikan individu tersebut.

Faktor eksternal yang merupakan bagian sistem komunikasi meliputi unsur-unsur dari luar individu. Faktor tersebut diantaranya adalah isyarat, gaya bahasa serta lingkungan sosial seperti rumah, sekolah, tempat kerja dan lain-lain.

## **8. Komunikasi bersifat nonsekuensial**

Pada dasarnya komunikasi lebih banyak terjadi secara dua arah. Komunikasi antara dua orang terjadi secara simultan meskipun respon yang diberikan oleh penerima pesan tidak

terjadi secara verbal maupun secara langsung. Seperti halnya pada saat terjadi diskusi dimana penerima pesan atau audience hanya menganggukkan kepala tanda setuju, hal tersebut sudah merupakan pola komunikasi dua arah.

#### **9. Komunikasi bersifat prosesual, dinamis dan transaksional**

Komunikasi merupakan suatu siklus yang berkesinambungan. Antar peserta dalam suatu komunikasi saling berinteraksi dan mempengaruhi baik secara lisan maupun nonlisan. Komunikasi merupakan proses yang dinamis dan transaksional yang berarti bahwa seiring dengan perkembangan waktu, komponen dalam komunikasi mengalami perubahan. Tidak hanya sekedar perubahan dalam hal pengetahuan dan perilaku serta pandangan dari peserta komunikasi, namun juga terjadi perubahan dalam penandaan atau pengkodean. Media atau saluran yang digunakan guna menunjang proses komunikasi juga mengalami perubahan.

#### **10. Komunikasi memiliki kemiripan latar belakang sosial budaya**

Komunikasi dapat dikatakan efektif manakala hasil yang diperoleh sesuai dengan apa yang diharapkan. Meskipun pada kenyataannya hal tersebut tidak selalu terjadi. Antara pemberi pesan dan penerima pesan bukanlah dua orang yang memiliki karakteristik latar belakang yang sama persis, namun paling tidak terdapat persamaan/kemiripan dalam hal tertentu. Misalnya sama dalam hal agama, suku, bahasa, pendidikan serta status sosial. Kemiripan tersebut yang kemudian mendorong berjalannya komunikasi dengan lancar dan efektif. Terutama dalam hal bahasa. Komunikasi akan menjadi lebih mudah manakala para pelaku komunikasi memiliki kesamaan bahasa dan latar belakang sosial budaya yang sama.

## 11. Komunikasi bersifat *irreversible*

Dalam suatu proses komunikasi, kita tidak bisa mengatur dampak dari pesan yang kita kirimkan. Komunikasi seperti yang telah dijelaskan diatas, merupakan suatu proses yang dinamis sehingga inilah yang kemudian menjadikan komunikasi bersifat *irreversible*. Oleh karenanya, sebelum pesan disampaikan harus dipertimbangkan secara hati-hati karena efek yang diakibatkan dari suatu pesan tidak dapat dihilangkan. Kesan pertama yang tertangkap pada saat proses komunikasi akan susah untuk dihilangkan.

## 12. Komunikasi bukan *panasea*

Seringkali permasalahan muncul diantara manusia disebabkan karena masalah komunikasi. Istilah yang sering kali kita dengar adalah "*miss communication*". Permasalahan yang muncul tersebut juga diselesaikan dengan komunikasi. Namun hal ini bukan berarti bahwa komunikasi adalah panasea atau obat mujarab untuk menyelesaikan setiap persoalan yang muncul. Terdapat banyak hal yang juga berkontribusi terhadap munculnya permasalahan dan tidak cukup diselesaikan oleh komunikasi saja. Misalnya konflik yang terjadi antara suku Madura dengan suku Dayak di Kalimantan tidak cukup diselesaikan dengan komunikasi saja, namun permasalahan kesenjangan ekonomi yang terjadi diantara pihak-pihak tersebut juga harus diselesaikan. Termasuk permasalahan diskriminasi yang terjadi diantara suku.

Secara umum, terdapat 5 prinsip-prinsip dalam komunikasi agar proses tukar menukar pesan menjadi efektif. Prinsip tersebut adalah:

### 1. Kejelasan pesan

Pada prinsipnya komunikasi merupakan proses penyampaian pesan, oleh karenanya pesan yang disampaikan harus jelas dan mudah dipahami penerima pesan. Kejelasan pesan sangat penting agar penerima

pesan dapat menginterpretasikannya dengan benar. Shannon dan Weaver (1948) dalam teori model komunikasi “Shannon-Weaver model of communication” menekankan pentingnya komunikasi yang efektif antara pengirim (*sender*) pesan dengan penerima (*receiver*). Kejelasan pesan menurut model Shannon dan Weaver sangat dipengaruhi oleh proses transmisi yang mengubah pesan menjadi sinyal dan saluran yang digunakan (Shannon & Weaver, 1948).

## 2. **Mendengar secara aktif**

Mendengarkan bukan hanya tentang mendengar kata-kata yang diucapkan, tetapi juga memahami konteks dan emosi di baliknya. Pada saat ini, tidak semua orang dapat menjadi pendengar yang baik dan aktif. Dalam suatu proses komunikasi sering kali dijumpai “memotong” pembicaraan sebelum pihak pemberi pesan selesai menyampaikan pesan. Atau bahkan sering terlihat perdebatan ketika komunikasi sedang berlangsung. Bahkan fenomena yang terjadi di era digital dimana penggunaan gawai (*gadget*) begitu luasnya menyebabkan menurunnya interaksi sosial dan interaksi secara tatap muka langsung (Marryono Jamun et al., 2019).

## 3. **Umpan balik**

*Feed back* atau umpan balik membantu pengirim untuk mengetahui dan memastikan bahwa pesan yang dikirimkan telah sampai dan dimengerti dengan baik dan benar oleh penerima pesan. Dalam beberapa kajian dan penelitian disebutkan bahwa umpan balik dapat mendorong seseorang untuk lebih berfikir kritis serta dapat digunakan sebagai salah satu strategi untuk mengetahui pemahaman audiens maupun penerima terkait dengan pesan yang telah dikirimkan (Eliza, 2019; Purwadi, 2020).

## 4. **Empati**

Empati merupakan kemampuan untuk merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain. Empati juga bermakna

kemampuan kita untuk memahami perasaan orang lain. Dalam suatu komunikasi interpersonal, empati sangat diperlukan. Dengan empati maka kita berusaha untuk menempatkan atau memposisikan diri seperti pemberi atau penerima pesan. Empati sangat berperan dalam menjalin dan membina keberhasilan dan kesuksesan hubungan antarpersonal (Rogers, 1957).

#### 5. **Adaptasi pesan**

Efektifitas pesan dalam suatu komunikasi juga dipengaruhi oleh seberapa jauh kemampuan pelaku komunikasi dalam beradaptasi terhadap pesan itu sendiri. Pesan yang disampaikan harus sesuai dengan konteks dan situasi penerima. Pesan yang baik bisa jadi berdampak negatif ketika disampaikan pada saat yang tidak tepat. Latar belakang sosial dan budaya sangat mempengaruhi komunikasi. Budaya, bahasa serta gaya komunikasi akan sangat menentukan makna dari suatu pesan. Masyarakat yang terbiasa menggunakan bahasa sindiran untuk menegur hal-hal yang kurang sesuai, tidak bisa diterapkan ketika berada di masyarakat dengan gaya komunikasi yang terus terang dan terbuka (Heru, 2018). Oleh karenanya, komunikasi perlu dilakukan dengan metode atau cara yang sesuai dengan kondisi dan pemahaman penerima pesan. Berkomunikasi dengan cara yang sesuai dengan situasi dan pemahaman penerima dapat meningkatkan efektivitas komunikasi (Hall, 1976).

### **C. Komponen Komunikasi**

Komponen komunikasi menurut model S M C R Berlo, terdiri dari empat yaitu sumber pesan (*source*), pesan (*message*), saluran (*channel*) dan penerima (*receiver*) (David K Berlo, 1960).

Sumber pesan merupakan awal mula munculnya informasi. Sumber pesan juga dikenal sebagai pengirim pesan atau *encoder*, yaitu seseorang yang memiliki inisiatif untuk mengirimkan pesan kepada orang lain. Pesan yang disampaikan dapat berupa pesan verbal ataupun nonverbal. Pengirim pesan merupakan orang yang menyampaikan stimulus berupa ide dalam bentuk kode yang dapat diterima dengan mudah oleh penerima. Pesan dikirimkan setelah proses pengkodean yang dikirimkan melalui saluran.

Pesan merupakan informasi yang dikirim oleh komunikator (pengirim). Agar dapat diterima dengan baik maka pesan harus jelas, informatif, terorganisir dengan baik serta mudah dimengerti oleh komunikan (penerima pesan). Pesan mengandung unsur-unsur tertentu, diantaranya struktur isi dan kode-kode khusus.

*Channel*/saluran merupakan media yang menyalurkan informasi agar sampai kepada penerima. Menurut Hasan, (2005) dan Vitiasaridessy & Roudhotul, (2018), media yang dapat digunakan untuk mengirim pesan diantaranya pendengaran (pesan suara), penglihatan (pesan cahaya, gambar maupun lambang-lambang visual lainnya), penciuman (bau-bauan), kulit atau indera peraba (pesan yang bersifat perabaan). Media untuk menyalurkan pesan juga dapat dalam bentuk digital seperti yang berkembang pesat di era digitalisasi sekarang.

Penerima pesan disebut juga sebagai komunikan atau disebut juga *decoder*, yaitu pihak yang menerima pesan. Penerima pesan akan menginterpretasikan atau menafsirkan pesan berdasarkan pengetahuan, sikap serta latar belakang sosial budayanya. Perbedaan-perbedaan yang terjadi antara pengirim dan penerima pesan inilah yang kemudian memunculkan adanya kesalahpahaman/*miss perception*.

(Effendy, 2006) dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi; Teori dan Praktek” menyebutkan terdapat lima komponen komunikasi yaitu komunikator, pesan, media, komunikan dan efek/umpan balik.

Komponen komunikasi yang sering kali terlupakan yaitu efek dan feedback atau umpan balik. Dalam suatu proses komunikasi, tentunya para pelaku khususnya pengirim pesan berharap akan tercapai tujuan yang diinginkan. Namun terkadang, yang muncul justru efek yang negatif maupun *feedback*/tanggapan yang kurang baik. Komunikasikan memberikan tanggapan yang kurang menyenangkan sehingga proses komunikasi pada akhirnya tidak berkembang atau tidak berlanjut. Umpan balik dari komunikasikan terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat dinyatakan dalam bentuk kalimat singkat maupun uraian yang panjang lebar. Umpan balik juga dapat diberikan dalam bentuk nonverbal. Misalnya menganggukkan kepala tanda setuju, menggeleng tanda tidak sepakat, mengirimkan lambang bendera putih dalam komunikasi melalui tulisan yang menandakan menyerah, dan simbol-simbol lainnya.

#### **D. Komunikasi Kesehatan**

Dalam perkembangannya, komunikasi meluas lingkungannya. Tidak hanya sebagai komunikasi umum, namun juga berkembang dalam setiap lini keilmuan termasuk dalam bidang kesehatan. Komunikasi kesehatan pada saat ini telah menjadi disiplin ilmu baru dengan basis penerapan keilmuan kesehatan di lapangan dan masyarakat. Komunikasi kesehatan menjadi salah satu sarana guna mendorong terjadinya perubahan sikap dan perilaku masyarakat menuju terbentuknya perilaku hidup bersih dan sehat. Komunikasi kesehatan memberikan efek pada tumbuhnya motivasi dan menggerakkan masyarakat untuk menerapkan kebiasaan dan perilaku baru dalam berbagai masalah kesehatan. Komunikasi dalam kesehatan mempunyai tujuan sebagai berikut:

- 1) Jembatan penghubung adanya jurang perilaku antara petugas kesehatan dan masyarakat dalam hal program pelayanan kesehatan
- 2) Jembatan penghubung terhadap jurang perilaku yang terdapat antara sesama petugas kesehatan dan lintas sektoral

- 3) Untuk menjembatani adanya kegiatan/program kesehatan yang sedang berjalan dengan mendorong terwujudnya persamaan persepsi terhadap program kesehatan

Komunikasi kesehatan dapat dilakukan melalui berbagai strategi, yaitu strategi komunikasi personal, interpersonal, kelompok serta menggunakan pendekatan atau strategi massa. Komunikasi kesehatan berupaya untuk mendorong terwujudnya perilaku kesehatan masyarakat secara berkesinambungan sehingga diperlukan penggunaan berbagai prinsip dan metode yang tepat baik menggunakan metode interpersonal maupun massa.

## **E. RANGKUMAN**

Komunikasi merupakan proses interaksi antara pemberi dan penerima pesan. Pada prinsipnya bahwa komunikasi terjadi jika terdapat persamaan makna dalam pesan yang disampaikan diantara para pelaku komunikasi. Efektivitas komunikasi sangat dipengaruhi oleh banyak faktor baik faktor dari pemberi pesan, media/saluran yang digunakan, kemampuan penerima pesan serta umpan balik dalam komunikasi tersebut. Selain itu, kemampuan menjadi pendengar yang baik, kejelasan pesan, adanya rasa empati, adaptasi pesan juga berdampak terhadap efektivitas komunikasi itu sendiri. Komunikasi bukan satu-satunya cara untuk menyelesaikan permasalahan yang ada, namun permasalahan yang terjadi dapat diselesaikan dengan komunikasi yang efektif.

## **F. TES FORMATIF**

1. Bertamu akan menjadi kurang sopan apabila dilakukan pada larut malam. Begitupun dengan komunikasi melalui telepon. Dering telepon pada malam hari pada saat jam istirahat akan

- dimaknai kurang sopan. Hal ini merupakan contoh prinsip komunikasi dalam aspek apa?
- a. *Prinsip Dimensi ruang dan waktu*
  - b. Komunikasi sebagai panasea
  - c. Komunikasi merupakan prinsip irreversible
  - d. Prinsip setiap perilaku memiliki potensi komunikasi
  - e. Prinsip komunikasi memiliki dimensi isi dan hubungan
3. Apa yang dimaksud dengan komunikasi bukan suatu panasea?
- a. Komunikasi dapat menyelesaikan semua permasalahan
  - b. Komunikasi memerlukan persamaan latarbelakang sosial budaya
  - c. Komunikasi bukanlah obat mujarab untuk menyelesaikan semua persoalan atau konflik yang terjadi antara pemberi dengan penerima pesan
  - d. Komunikasi merupakan sistem yang saling terkait
  - e. Komunikasi harus menggunakan media yang tepat
4. Berikut ini merupakan prinsip komunikasi yang efektif secara umum, Kecuali?
- a) Empathi
  - b) Mendengarkan secara aktif
  - c) Umpan balik
  - d) Kejelasan pesan
  - e) *Latar belakang Pendidikan*

## **G. Latihan**

Jelaskan secara singkat mengapa empati dan mendengar secara aktif menjadi bagian penting dalam suatu komunikasi dan jelaskan pula seberapa besar pengaruh empati serta mendengar secara aktif dalam komunikasi kesehatan !

## **KEGIATAN BELAJAR 6**

### **TUJUAN BERKOMUNIKASI**

#### **DESKRIPSI PEMBELAJARAN**

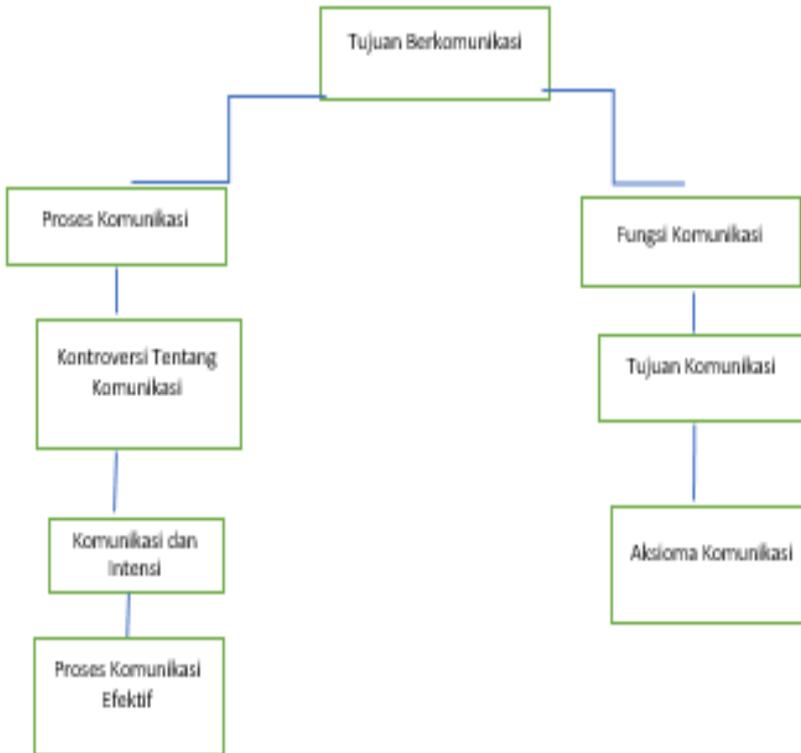
Pada bab ini mahasiswa mempelajari tujuan berkomunikasi. Diharapkan mahasiswa memiliki wawasan dan pemahaman mengenai proses komunikasi, kontroversi tentang komunikasi, komunikasi dan intensi, proses komunikasi efektif, fungsi komunikasi, tujuan komunikasi dan aksioma komunikasi.

#### **KOMPETENSI PEMBELAJARAN**

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan :

1. Mampu memahami proses komunikasi
2. Mampu menjelaskan kontroversi tentang komunikasi
3. Mampu menggali komunikasi dan intensi
4. Mampu menganalisis proses komunikasi efektif
5. Mampu menjelaskan fungsi komunikasi
6. Mampu menyusun tujuan komunikasi
7. Mampu memaparkan aksioma komunikasi

## PETA KONSEP PEMBELAJARAN



### A. PROSES KOMUNIKASI

Proses komunikasi mengacu pada serangkaian tindakan atau langkah – langkah yang diambil agar komunikasi mencapai tujuan (berhasil). Tindakan tersebut melibatkan beberapa komponen seperti pengirim pesan (komunikator), pesan yang dikirim, *coding* (interpretasi) pesan, penerima pesan (komunikan), saluran yang digunakan, *feedback* (umpan balik) dan efek dari pesan yang dikirimkan. Saluran pesan dapat melalui berbagai media seperti suara, audio, video, tulisan dalam bentuk surat, e-mail atau tulisan

di media sosial, bahasa tubuh (non-verbal), dan *emoticon*. Tujuan keseluruhan dari proses komunikasi adalah untuk menyajikan informasi kepada individu atau sekelompok orang agar mereka memahami informasi yang diberikan. Komunikator perlu memilih media yang paling tepat agar proses komunikasi berjalan lancar dan berhasil.

Proses komunikasi dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pengirim pesan membuat dan mengembangkan ide untuk dikirim. Awal dari proses komunikasi melibatkan pengirim membuat ide yang mereka rencanakan untuk dikirim ke orang lain atau sekelompok orang. Pada dasarnya, mereka merencanakan keseluruhan informasi yang ingin mereka kirimkan.
2. Pengirim pesan mengodekan (menginterpretasikan) pesan tersebut. Setelah pengirim mengembangkan ide, mereka menerjemahkannya ke dalam bentuk yang dapat dikirimkan ke orang lain. Ini berarti mereka mengubah pemikiran informasi yang ingin mereka kirimkan ke dalam format tertentu. Misalnya, jika Anda sedang menulis surat. Pesannya bisa verbal dan non verbal. Anda akan menerjemahkan ide Anda menjadi kata-kata atau kalimat yang ditulis di surat. Pesan non verbal misalnya Anda menulis surat di kertas warna pink dengan gambar bunga mawar atau lambang hati sebagai tanda kasih sayang.
3. Pengirim pesan memilih saluran komunikasi yang akan digunakan. Ini melibatkan pemilihan media yang paling cocok untuk pesan yang mereka sampaikan. Beberapa media komunikasi yang digunakan misalnya berbicara, menulis, transmisi elektronik atau komunikasi non verbal. Jika Anda berkomunikasi di tempat kerja, pastikan untuk memilih saluran komunikasi yang tepat dan paling profesional.
4. Pesan tersebut dikirim melalui saluran komunikasi. Setelah media dipilih, pesan kemudian mengalami proses transmisi. Proses pastinya akan bergantung pada media yang dipilih.

Agar pesan terkirim dengan benar, pengirim harus memilih media yang tepat.

5. Pesan tersebut diterima oleh penerima. Langkah dalam proses komunikasi ini dilakukan dengan mendengar pesan, melihatnya, merasakannya atau bentuk penerimaan lainnya.
6. Penerima pesan menerjemahkan pesan yang diterimanya. Dengan kata lain, mereka menafsirkannya dan mengubahnya menjadi pikiran. Setelah mereka merasakan hal tersebut, mereka menganalisis pesan yang diterima dan berusaha untuk memahaminya. Proses komunikasi dilakukan secara efektif ketika pengirim dan penerima memiliki makna yang sama untuk pesan yang dikirimkan.
7. Penerima menerima umpan balik, jika memungkinkan. Kecuali komunikasi satu arah, penerima akan memberikan umpan balik dalam bentuk balasan ke pengirim pesan tersebut. Umpan balik memberi penerima kemampuan untuk memastikan pengirim bahwa pesan mereka diterima dan ditafsirkan dengan benar. Komunikasi ini berlangsung 2 arah atau sirkular. Jika penerima pesan tidak memahami pesan yang diterimanya, penerima pesan dapat bertanya atau melakukan konfirmasi kepada si pengirim pesan.

## **B. KONTROVERSI TENTANG KOMUNIKASI**

Infane mengemukakan bahwa untuk memahami sifat-sifat dan ciri-ciri komunikasi, penting untuk memahami hal-hal yang menjadi ketidaksetujuan dari para ahli komunikasi. Hal berikut menjadi diskusi menarik bagi para ahli komunikasi:

1. Apakah komunikasi terjadi jika sumber, pesan, dan yang mengirim tidak mempunyai maksud untuk memengaruhi penerima pesan ? Ada pendapat yang mengatakan bahwa jika pesan sudah dikirimkan maka sudah terjadi komunikasi terlepas dari yang mengirim pesan tersebut menyadari bahwa pesannya sampai pada orang yang tidak dimaksud. Jika orang lain tidak

menyadari bahwa dia memengaruhi kita, apakah kasus ini bisa dinamakan komunikasi interpersonal ? Hal ini mengilustrasikan pendapat yang mengatakan bahwa “segala sesuatu adalah komunikasi”, komunikasi di mana saja. Di lain pihak pepatah lama mengatakan bahwa jika segala sesuatu adalah segalanya, berarti tidak ada.

2. Alasan untuk membatasi komunikasi kepada perilaku yang disengaja adalah untuk membedakannya dari persepsi. Persepsi adalah proses individu dimana individu memproses dan menginterpretasikan informasi sensor.
3. Komunikasi manusia memerlukan sedikitnya dua orang yang bermaksud mengirim dan pesan karena komunikasi bersifat sosial daripada proses individual.

### C. KOMUNIKASI DAN INTENSI

Berkaitan dengan kontroversi tentang komunikasi, maka dapat dijelaskan komunikasi dan intensi dalam tabel berikut.

Tabel 2.1 Komunikasi dan Intensi

	Pengirim bermaksud mengirim suatu pesan	Pengirim tidak bermaksud mengirim suatu pesan
Penerima mengenal maksud pengirim	Komunikasi terjadi	Komunikasi diatribusikan
Penerima tidak mengenal maksud pengirim	Mencoba komunikasi	Terjadi persepsi, tetapi bukan komunikasi

Sumber: Infante (1993)

Catatan :

Atribusi adalah proses internal dalam diri kita untuk memahami penyebab perilaku orang lain (Mulyana, 2014).

Sebagian peneliti mengatakan bahwa sulit untuk mengetahui, mendefinisikan, dan mengukur maksud seseorang. Motley (1990) dalam (Infante, 1993) mengatakan bahwa komunikasi paling sedikit melibatkan 4 fitur :

1. Komunikasi itu interaktif;
2. Komunikasi melibatkan *encoding* (penafsiran),
3. Komunikasi melibatkan pertukaran simbol,
4. Komunikasi mempunyai dimensi ketelitian/kebenaran (perilaku komunikasi mempunyai kualitas dari tinggi ke rendah).

Jika keempat fitur itu tidak muncul maka komunikasi tidak muncul. Janet Beavin Bavelas penulis "*Pragmatics of Human Communication*" setuju dengan Motley bahwa "semua perilaku tidak serta merta komunikatif walaupun perilaku tersebut informatif". Jika ada kehadiran orang lain, perilaku bisa jadi komunikatif. Bavelas menempatkan komunikasi sebagai sesuatu yang berkelanjutan, tindakan kumulatif antarindividu yang berfungsi secara bergantian sebagai sumber dan sebagai penerima (Bavelas, 2011).

Peter Anderson dalam (Infante, 1993) mempertimbangkan 2 kategori perilaku simtomatik yang menjadi komunikasi, yaitu:

1. Persepsi *incidental* (bukan simbolik maupun *encode*). Perilaku tersebut memengaruhi pikiran atau perilaku, seperti bau badan, perawakan, gaya berjalan, dan karakteristik fisik seperti ras, dan bentuk badan.
2. Komunikasi *informative*, contohnya orang yang rendah hati dengan gerakan tangannya, makna orang yang mengerjakan sesuatu yang terkena *deadline*, orang yang santai, dll.

## D. PROSES KOMUNIKASI EFEKTIF

Komunikasi tidak hanya sekedar menyampaikan pesan, namun bagaimana pesan yang diterima oleh penerima pesan (komunikan) dapat dipahami dengan baik, sesuai yang diharapkan oleh si pengirim pesan (komunikator). Tubbs & Moss (2008) menyatakan bahwa selain paham, komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang dapat menimbulkan kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik, dan tindakan. Berikut beberapa hal yang perlu diperhatikan jika Anda melakukan proses komunikasi:

1. **Sederhanakan pesan Anda.** Anda tidak perlu menggunakan kata-kata yang Nampak intelek dan berbelit-belit karena sejatinya tujuan komunikasi agar si penerima pesan memahami maksud Anda.
2. **Kenali penerima pesan/komunikan/audiens Anda.** Anda perlu mempertimbangkan kebutuhan, minat, dan latar belakang audiens atau si penerima pesan. Hal ini perlu dilakukan agar tidak terjadi *miscommunication*.
3. **Menjadi pendengar yang baik.** Sebagai komunikator maupun komunikan, penting untuk secara aktif mendengarkan apa yang dikatakan orang di sekitar Anda. Ini akan memastikan bahwa Anda mengirimkan pesan yang benar. Jika Anda sebagai si penerima pesan, Anda perlu menyimak isi pesan yang disampaikan si pengirim dengan baik. Simbol-simbol non verbal seperti anggukan, memelihara tatapan mata dapat membuat si pengirim pesan merasa pesan yang ia sampaikan menarik dan dapat dipahami.
4. **Ajukan pertanyaan.** Mengajukan pertanyaan yang baik itu penting agar komunikasi tetap mengalir. Pastikan pertanyaan Anda berwawasan dan menarik dan cara menyampaiannyatidak *personal attack* (menyerang pribadi). Misalnya Anda belum memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator. Anda dapat mengungkapkan “Saya kurang paham yang dimaksud dengan ..., bisa dijelaskan kembali ?” *Personal attack*, misalnya ketika Anda ingin mendapatkan penjelasan

kembali dari si pengirim pesan, Anda menyampaikan seperti ini “Anda kurang pandai menyampaikan informasi, coba ulang sekali lagi apa yang sudah Anda sampaikan!”

5. **Luangkan waktu untuk menanggapi.** Saat berkomunikasi antarpribadi, Anda dapat mempertimbangkan perlu tidaknya Anda menanggapi
6. **Pertimbangkan bahasa tubuh Anda.** Jika Anda berkomunikasi melalui media yang berbeda, penting untuk memerhatikan bahasa tubuh Anda. Selain itu, perhatikan juga bahasa tubuh orang yang Anda ajak berkomunikasi.
7. **Pertahankan kontak mata.** Kontak mata perlu dipelihara dengan orang atau kelompok yang berkomunikasi dengan Anda. Ini akan menunjukkan bahwa Anda memerhatikan dan secara aktif mendengarkan apa yang disampaikan oleh si pengirim pesan. Namun, Anda juga perlu memahami budaya orang yang berkomunikasi dengan Anda. Budaya Jepang, misalnya menganggap bahwa tatapan mata ketika berkomunikasi bermakna kurang sopan, terutama jika yang berbicara orang yang lebih tua atau punya jabatan, sementara komunikasi lebih muda atau bawahan.
8. **Klarifikasi pesan Anda jika perlu.** Jika menerima pesan Anda tidak jelas tentang apa yang ingin Anda katakan, penting untuk mengklarifikasi pesan Anda. Ini akan membantu mereka untuk lebih memahami Anda.

## E. FUNGSI KOMUNIKASI

Fungsi adalah aktivitas di mana suatu entitas digunakan. Fungsi komunikasi dapat dilihat dalam berbagai perspektif, misalnya untuk tujuan *public speaking* (dengan fungsi untuk menginformasikan, menghibur, mendorong, membujuk), dan sebagai tujuan dasar komunikasi (sebagai alat atau instrumental, interpersonal, dan identitas). Para ahli komunikasi mengemukakan fungsi komunikasi yang berbeda-beda meskipun adakalanya terdapat kesamaan.

Berikut fungsi komunikasi menurut beberapa ahli:

**Cicero:**

1. **Menghibur.** Misalnya seseorang menyampaikan kata-kata bijak untuk menghibur temannya yang sedang mengalami kesusahan. Bisa juga individu yang menyampaikan cerita lucu agar orang lain merasa terhibur dengan ceritanya.
2. **Memberi informasi.** Banyak tindakan komunikasi berfungsi untuk menyampaikan pesan, berita, atau informasi baik dalam bentuk verbal (lisan dan tulisan) maupun non-verbal (menunjukkan arah, menggelengkan kepala untuk menginformasikan bahwa ia tidak tahu atau tidak paham).
3. **Membujuk.** Dalam kegiatan sehari-hari, kita sering dihadapkan pada situasi dimana orang yang kita ajak bicara tidak mau melakukan apa yang kita harapkan. Maka, salah satu fungsi komunikasi adalah membujuk, baik dengan kata-kata yang lebih halus atau santun maupun nonverbal, misalnya dengan *paralanguage* dengan intonasi tertentu sehingga komunikasi tersentuh perasaannya.

**Clark & Delia:**

1. Instrumental : sebagai alat untuk mencapai tujuan yang diharapkan.
2. Interpersonal : untuk menjalin hubungan antarpersonal atau antarpribadi
3. Identitas : melibatkan citra diri yang diharapkan oleh seseorang.

**Dance & Larson**

1. **Linking** (menghubungkan) : menjalin hubungan antar individu.
2. **Mentation** (aktivitas mental): komunikasi menstimulasi proses mental yang lebih tinggi.
3. **Regulatory:** manusia mempunyai kebutuhan untuk memengaruhi orang lain. Jika tidak dapat memengaruhi orang lain, manusia merasa tak berdaya. Manusia perlu mengatur dirinya dengan proses internalisasi. Internalisasi menyebabkan ia belajar.

## **Deddy Mulyana:**

- 1. Komunikasi sosial.** Komunikasi memungkinkan individu membangun suatu kerangka rujukan dan menggunakannya sebagai panduan untuk menafsirkan situasi apapun yang ia hadapi. Komunikasi pula yang memungkinkan individu mempelajari dan menerapkan strategi-strategi adaptif untuk mengatasi situasi-situasi problematik yang ia masuki. Tanpa melibatkan diri dalam komunikasi, seseorang tidak akan tahu bagaimana makan, minum, berbicara sebagai manusia dan memperlakukan manusia lain secara beradab karena cara-cara berperilaku tersebut harus dipelajari lewat pengasuhan keluarga dan interaksi atau pergaulan dengan orang lain melalui komunikasi.

Fungsi komunikasi sosial ini secara implisit adalah komunikasi kultural atau budaya. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi, dan pada gilirannya komunikasi pun turut menentukan, memelihara, dan mengembangkan atau mewariskan budaya. Seperti Edward T. Hall mengatakan bahwa “budaya adalah komunikasi” dan “komunikasi adalah budaya”.

Pada satu sisi komunikasi merupakan mekanisme untuk mensosialisasikan norma-norma budaya masyarakat baik secara horizontal dari satu masyarakat ke masyarakat lain ataupun secara horizontal dari satu generasi ke generasi lainnya. Pada sisi lain, budaya menetapkan norma-norma (komunikasi) yang dianggap sesuai untuk suatu kelompok, misalnya, “laki-laki tidak main boneka, tidak memakai baju warna merah muda (pink)”, “anak muda tidak duduk di kursi sementara orang tua duduk di lantai”, dan sebagainya.

- 2. Komunikasi ekspresif.** Komunikasi ekspresif dapat dilakukan baik sendirian maupun kelompok. Komunikasi menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan atau emosi. Perasaan-perasaan tersebut dikomunikasikan baik secara

verbal maupun non-verbal. Perasaan sayang, peduli, gembira, takut, dan sebagainya dapat dikemukakan secara verbal melalui kata-kata baik lisan maupun tulisan. Perasaan dikomunikasikan secara non-verbal misalnya seorang ibu yang sayang sama anaknya memeluk atau membelai anaknya. Sekelompok orang yang tidak setuju dengan kebijakan pemerintah melakukan demo di depan kantor pemerintahan. Perasaan dapat juga diungkapkan melalui simbol, misalnya memberi bunga sebagai tanda sayang.

- 3. Komunikasi ritual.** Komunikasi ritual erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif, yang biasanya dilakukan secara kolektif. Misalnya, komunitas atau masyarakat yang melaksanakan ritual sungkem kepada orang tua pada saat hari raya Idul Fitri, menyanyikan lagu “Selamat Ulang Tahun” pada saat seseorang ulang tahun, berdoa dalam sholat, misa, dan kegiatan agama lainnya. Pada acara atau kegiatan tersebut orang mengucapkan kata-kata dan atau menampilkan perilaku-perilaku simbolik. Komunikasi ritual sering juga bersifat ekspresif, menyatakan perasaan terdalam seseorang. Misalnya, siswa yang menjadi pasukan pengibar bendera pusaka (paskibraka) mencium bendera merah putih dengan berlinang air mata.

Komunikasi ritual sering merupakan peristiwa sederhana. Misalnya, ritual mencium tangan orang tua sebelum si anak pergi atau ketika datang dari suatu tempat. Ritual kecil tersebut berfungsi sebagai perekat hubungan antarpribadi. Ritual modern misalnya pada peristiwa kompetisi tingkat dunia seperti pertandingan sepak bola. Peristiwa ini mencakup tata cara yang hampir dianggap suci dan harus dipatuhi. Kejadian tersebut juga menggunakan lambang-lambang seperti bendera, lagu kebangsaan, kostum yang berbeda dari masing-masing tim, dan sebagainya.

4. **Komunikasi instrumental.** Komunikasi instrumental berarti komunikasi sebagai alat yang tujuannya umumnya untuk menginformasikan, mengajar, mendorong, menghibur, mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan. Ke semua tujuan tersebut bersifat persuasif.

**Onong Uchyana Effendy:**

1. **To inform** (menginformasikan), yaitu memberikan informasi kepada masyarakat atau orang lain mengenai ide, peristiwa yang terjadi, serta segala sesuatu yang disampaikan pada orang lain.
2. **To educate** (mendidik), yaitu komunikasi merupakan sarana pendidikan. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya, serta penjelasan kepada orang lain agar orang lain mendapatkan ilmu pengetahuan.
3. **To entertain** (menghibur), yaitu komunikasi berguna untuk menghibur orang lain. Misalnya Anda menghibur orang lain yang sedih atau menyampaikan hal-hal berupa komunikasi verbal dan non-verbal yang konten dan caranya dalam rangka menghibur orang lain.
4. **To influence** (memengaruhi), yaitu setiap individu yang berkomunikasi memengaruhi dan berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapkan.

## **F. TUJUAN KOMUNIKASI**

Gordon I. Zimmerman, dkk. merumuskan bahwa tujuan komunikasi dapat dibagi menjadi 2 kategori. Pertama, manusia berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhannya. Misalnya, untuk memberi makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan kepenasaran akan lingkungan, dan menikmati hidup. Kedua, manusia berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi yang melibatkan pertukaran informasi yang diperlukan untuk

menyelesaikan tugas, dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan individu dengan orang lain (dalam Mulyana, 2014).

Tujuan komunikasi menurut Effendi (2004) adalah sebagai berikut:

1. **Perubahan sikap (*attitude change*)**. Seorang komunikan setelah menerima pesan kemudian sikapnya berubah, baik positif maupun negatif. Dalam berbagai situasi kita berusaha memengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif sesuai keinginan kita. Misalnya, seorang ibu (komunikator) yang menyampaikan cerita pada anaknya (komunikan) mengenai keberhasilan seseorang mencapai cita-citanya. Setelah mendengar cerita ibunya, anaknya jadi semangat belajar. Namun, adakalanya sikap komunikan tidak sesuai dengan harapan komunikator karena berbagai alasan, misalnya cara komunikator menyampaikan pesan tidak sesuai dengan nilai-nilai yang dianut oleh komunikan (disampaikan dengan intonasi tinggi, kasar, atau tidak sopan)
2. **Perubahan pendapat (*opinion change*)**. Komunikasi bertujuan agar pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan dipahami. Setelah komunikan memahami apa yang dimaksud komunikator, maka akan tercipta suatu perubahan pendapat di kalangan komunikan.
3. **Perubahan perilaku (*behavior change*)**. Selain mempunyai tujuan untuk merubah sikap dan pendapat orang lain, komunikasi juga bertujuan untuk merubah perilaku atau tindakan seseorang. Misalnya, seorang dokter yang menjelaskan mengenai bahaya kolestrol jahat bagi kesehatan kepada pasiennya. Setelah mendapatkan penjelasan dari dokter tersebut, pasiennya mengikuti pola hidup sehat dengan mengurangi makanan berminyak dan giat olah raga. Dalam hal ini si pasien perilakunya berubah menjadi positif.
4. **Perubahan sosial (*social change*)**. Dalam suatu aktivitas komunikasi, komunikator menyampaikan suatu informasi kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat mau

mendukung dan melakukan tindakan sesuai dengan apa yang disarankan. Misalnya, seorang kepala desa yang menghimbau warganya untuk tidak membuang sampah sembarangan, seperti ke sungai. Masyarakat kemudian mengikuti himbauan tersebut dengan menjaga kebersihan dan membuang sampah pada tempat-tempat yang disediakan.

## G. AKSIOMA KOMUNIKASI

Aksioma adalah pernyataan yang dapat diterima sebagai kebenaran tanpa pembuktian (KBBI, 2020). Ada 5 Aksioma komunikasi menurut Paul Watzlawick sebagai berikut :

1. ***One cannot not communicate*** (kita tidak bisa tidak berkomunikasi). Dalam kehidupan sehari-hari kita mungkin pernah menghadapi sebuah situasi di mana kita tidak dapat berbincang atau mengobrol dengan seseorang di sekitar kita karena beberapa alasan. Namun, orang-orang tersebut memulai sebuah percakapan dengan kita. Seperti saat kita pulang dari kampus dan ingin segera mengerjakan tugas yang harus dikumpulkan keesokan hari akan tetapi salah satu anggota keluarga kita menanyakan beberapa hal kepada kita. Mungkin kita tidak dapat berkata dengan gamblangnya bahwa kita perlu menyelesaikan tugas yang lebih penting daripada bersosialisasi, yang apabila kita melakukannya bisa berdampak pada hubungan kurang baik pada kedua belah pihak. Cara lain yang mungkin bisa kita lakukan adalah dengan menggunakan *symptom strategy* di mana strategi ini menggunakan gejala-gejala fisik sebagai sebuah alasan untuk menghindari percakapan, seperti merasa pusing, mengantuk, atau batuk. Dalam konteks ini walaupun kita tidak berkomunikasi secara verbal (lisan), kita bisa menunjukkan bahwa kita “pusing” untuk menghindari percakapan.
2. ***There are both content and relationship levels of communication*** (terdapat konten atau isi dan tingkat

hubungan komunikasi). Dengan kata lain komunikasi = konten + hubungan. Konten dapat diartikan sebagai apa yang dikatakan secara verbal. Sedangkan hubungan dapat diartikan sebagai bagaimana pesan itu disampaikan secara non-verbal. Pada tingkat konten, individu (komunikator) menyampaikan informasi atau pesan pada seseorang (komunikan). Pada tingkatan hubungan atau relasi, komunikator memberikan informasi tentang bagaimana pesan itu diinterpretasikan. Contohnya, isi pesan pada “*kamu terlambat*” merujuk pada waktu, akan tetapi pada tingkatan hubungan atau relasi pesan tersebut bisa merupakan bentuk kritikan dari kurangnya tanggung jawab seseorang. Watzlawick melihat pada aspek relasional dalam interaksi sebagai metakomunikasi. Metakomunikasi adalah komunikasi sekunder (termasuk isyarat tidak langsung) tentang bagaimana suatu informasi dimaknai. Hal ini didasarkan pada gagasan bahwa pesan yang sama dapat dimaknai berbeda. Metakomunikasi: “bagaimana saya melihat diri saya, saya melihat Anda, bagaimana saya melihat Anda melihat saya...” Menurut Watzlawick, pesan relasional selalu menjadi unsur yang penting dalam semua bentuk komunikasi.

3. ***The nature of a relationship is dependent on the punctuation of the partners' communication procedures*** (sifat dari suatu hubungan tergantung pada tanda baca prosedur komunikasi). Setiap elemen dalam suatu sekuens adalah stimulus, respon, dan penguatan yang simultan. Dalam peristiwa komunikasi setiap item dalam urutan secara simultan merupakan stimulus, respons dan penguatan. Oleh karena itu, seseorang dapat menafsirkan semua tindakan sebagai respons ('Saya tidak mempercayai Anda, karena Anda tidak berbagi perasaan dengan saya'), sementara yang lain dapat menafsirkannya sebagai stimulus ('Saya tidak berbagi perasaan saya dengan orang yang tidak mempercayai saya'). Tanda baca yang berbeda membuat orang melihat urutan kejadian secara berbeda dan dapat menyebabkan konflik tak

berujung yang membuat saling menuding sebagai latihan yang tidak berguna. Tidak ada satu pun perilaku peserta yang dapat dikatakan menyebabkan perilaku peserta lainnya. Sifat dasar dari hubungan tergantung pada bagaimana kedua belah pihak menginterpretasikan rangkaian komunikasi. Menginterpretasikan yang dimaksud adalah menginterpretasikan sebuah urutan kejadian dengan memberikan salah satu kejadian sebagai penyebab dan kejadian berikutnya sebagai akibat. Hal ini dapat digambarkan dengan contoh sepasang kekasih. “Si pria merasa bersalah dan si wanita merasa tidak bahagia”. “Si wanita merasa tidak bahagia dikarenakan si pria merasa bersalah”. Sedangkan si pria merasa bersalah dikarenakan si wanita tidak bahagia dan begitu seterusnya. Kejadian tersebut tidaklah ada ujungnya, karena apabila kita menanyakan “siapa yang memulai ?” menurut Watzlawick pertanyaan tersebut tidaklah membuahkan hasil karena tidak ada yang memulai dan mengakhiri. Namun, sebenarnya hal tersebut hanyalah pemikiran keduanya, yaitu sebuah reaksi bukan untuk memprovokasi lawan komunikasinya.

4. ***Communication can be both digital and analogical*** (komunikasi dapat berupa digital (verbal) dan analog (non-verbal), Komponen digital berarti apa yang kita katakan, arti literal dari kata-kata kita. Komponen analog mengacu pada bagaimana kita mengatakannya. Masalah muncul ketika apa yang kita katakan berbeda dengan apa yang kita tunjukkan dengan bahasa tubuh kita. Kita cenderung percaya bahwa pesan nonverbal itu lebih dapat dipercaya. Contohnya Anda terpleset di depan teman-teman Anda. Anda merasakan sakit di lutut Anda. Ketika Anda ditanya oleh teman Anda yang melihat kejadian tersebut, kemudian Anda menjawab “tidak apa-apa” sambil meringis. Teman Anda kemungkinan besar akan bertanya kembali “yang benar” ?. Itulah mengapa penting untuk konsisten apa yang dikatakan dengan napa yang ditunjukkan atau bagaimana mengatakannya.

5. ***Inter-human communication procedures are either symmetric or complementary, depending on whether the relationship of the partners is based on differences or parity.*** (Prosedur komunikasi antar manusia bisa simetris atau komplementer, tergantung pada apakah hubungan pasangan didasarkan pada perbedaan atau persamaan). Hubungan simetris adalah jenis hubungan di mana setiap orang setara dari perspektif kekuasaan, (yaitu rekan kerja, saudara laki-laki, saudara perempuan, teman, dll), Dan hubungan komplementer adalah hubungan di mana terdapat beberapa jenis hierarki (Bos-karyawan, ayah-anak, Pimpinan Pengembang-Pengembang). Hal ini berguna untuk diketahui karena dalam hubungan yang simetris kedua belah pihak dapat membawa ide dan solusi mereka untuk situasi apapun karena mereka berasal dari tempat yang sama, dimana hubungan ini dapat berakhir buruk adalah jika tidak ada batasan yang ditetapkan, yang dapat menyebabkan perebutan kekuasaan di antara keduanya, kedua belah pihak. Contoh : Jika Anda dan pasangan Anda sedang mengerjakan sebuah proyek, dan keduanya memiliki pendapat yang berbeda tentang bagaimana menyelesaikan suatu masalah, tetapi masing-masing memutuskan solusi mereka adalah yang terbaik, hal itu dapat menyebabkan perebutan kekuasaan yang menyebabkan penundaan penyelesaian masalah. Di sisi lain, hubungan pelengkap adalah hubungan bos-karyawan. Jenis hubungan yang baik karena ada batasan dan batasan. Dalam kasus pengembangan perangkat lunak, junior atau mid dapat belajar dari rekan senior mereka dan memperoleh lebih banyak pengalaman. Itulah mengapa mereka disebut hubungan yang saling melengkapi. Masalah dapat muncul dalam hubungan semacam ini jika orang yang berada pada posisi kekuasaan terlalu dominan atau jika orang yang berada pada posisi kekuasaan terlalu dominan atau jika orang yang berada pada posisi yang kurang kuat terlalu tunduk, karena dapat

berubah menjadi hubungan yang tiran. Dimana orang yang berada pada posisi berkuasa membatasi peluang orang pada posisi yang kurang berkuasa. Untuk menjamin arus komunikasi yang bebas apa pun jenis hubungan yang Anda temui, yang harus Anda lakukan adalah menyadari perbedaan ini saat berbicara dengan tim atau rekan satu tim Anda. Menyadari hal-hal ini adalah langkah pertama untuk memastikan secara efektif. Tidak peduli di mana Anda duduk dalam hierarki, komunikasi yang lebih baik dapat membantu Anda mengembangkan hubungan kerja yang lebih baik dan belajar lebih cepat. (Turistiati, 2021)

## H. RANGKUMAN

Proses komunikasi mengacu pada serangkaian tindakan atau langkah – langkah yang diambil agar komunikasi mencapai tujuan (berhasil). Tindakan tersebut melibatkan beberapa komponen seperti pengirim pesan (komunikator), pesan yang dikirim, *coding* (interpretasi) pesan, penerima pesan (komunikan), saluran yang digunakan, *feedback* (umpan balik) dan efek dari pesan yang dikirimkan. Saluran pesan dapat melalui berbagai media seperti suara, audio, video, tulisan dalam bentuk surat, e-mail atau tulisan di media sosial, bahasa tubuh (non-verbal), dan *emoticon*. Tujuan keseluruhan dari proses komunikasi adalah untuk menyajikan informasi kepada individu atau sekelompok orang agar mereka memahami informasi yang diberikan. Komunikator perlu memilih media yang paling tepat agar proses komunikasi berjalan lancar dan berhasil.

Komunikasi tidak hanya sekedar menyampaikan pesan, namun bagaimana pesan yang diterima oleh penerima pesan (komunikan) dapat dipahami dengan baik, sesuai yang diharapkan oleh si pengirim pesan (komunikator). Tubbs & Moss (2008) menyatakan bahwa selain paham, komunikasi yang efektif adalah komunikasi

yang dapat menimbulkan kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik, dan tindakan.

Fungsi adalah aktivitas di mana suatu entitas digunakan. Fungsi komunikasi dapat dilihat dalam berbagai perspektif, misalnya untuk tujuan *public speaking* (dengan fungsi untuk menginformasikan, menghibur, mendorong, membujuk), dan sebagai tujuan dasar komunikasi (sebagai alat atau instrumental, interpersonal, dan identitas). Para ahli komunikasi mengemukakan fungsi komunikasi yang berbeda-beda meskipun adakalanya terdapat kesamaan.

Gordon I. Zimmerman, dkk. merumuskan bahwa tujuan komunikasi dapat dibagi menjadi 2 kategori. Pertama, manusia berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhannya. Misalnya, untuk memberi makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan kepenasaran akan lingkungan, dan menikmati hidup. Kedua, manusia berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi yang melibatkan pertukaran informasi yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas, dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan individu dengan orang lain (dalam Mulyana, 2014).

## I. TES FORMATIF

1. Di bawah ini yang merupakan proses komunikasi efektif adalah ?
  - a. Sederhanakan pesan Anda
  - b. Kenali penerima pesan/komunikasikan/audiens Anda
  - c. Menjadi pendengar yang baik
  - d. Ajukan pertanyaan
  - e. Semua Benar

2. Di bawah ini yang merupakan fungsi komunikasi menurut Deddy Mulyana adalah ?
  - a. Semua Benar
  - b. Komunikasi sosial
  - c. Komunikasi ekspresif
  - d. Komunikasi ritual
  - e. Komunikasi instrumental

## **J. LATIHAN**

1. Saudara jelaskan bagaimana terjadinya proses komunikasi ?
2. Saudara jelaskan dan berikan masing-masing contoh bahwa fungsi komunikasi itu menghibur, memberi informasi, membujuk, dan memengaruhi ?

## KEGIATAN BELAJAR 7

### KOMUNIKASI VERBAL

#### DESKRIPSI PEMBELAJARAN

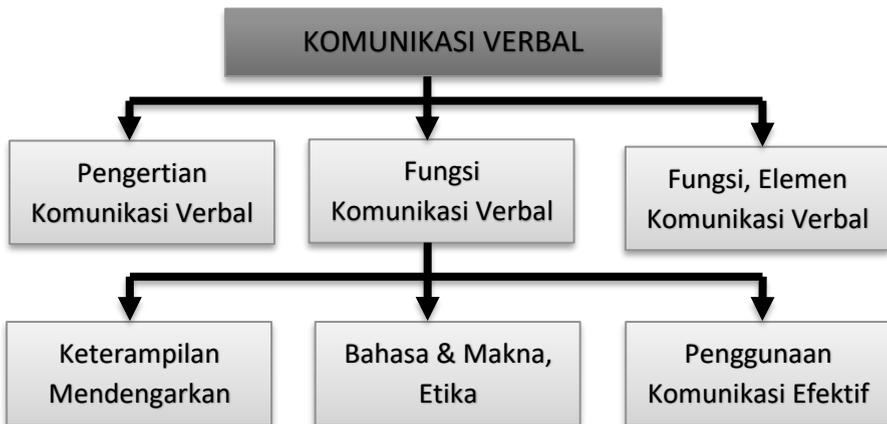
Dengan mengikuti struktur pembelajaran ini, mahasiswa diharapkan dapat mengembangkan pemahaman yang kuat tentang komunikasi verbal dan keterampilan yang diperlukan untuk berkomunikasi secara efektif dalam berbagai situasi.

#### KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa :

- Memahami Konsep Komunikasi Verbal serta membedakannya dengan komunikasi non-verbal.
- Memahami analisis Bahasa dan Makna: Mahasiswa dapat memahami dan menganalisis bagaimana bahasa digunakan untuk menciptakan makna.
- Mampu Identifikasi dan Penanganan Hambatan Komunikasi:

#### PETA KONSEP PEMBELAJARAN



## **A. PENGERTIAN KOMUNIKASI VERBAL**

Komunikasi verbal adalah proses komunikasi yang melibatkan penggunaan kata-kata, baik lisan maupun tertulis, untuk menyampaikan pesan antara individu atau kelompok. Ini melibatkan penggunaan bahasa dan simbol-simbol verbal untuk mentransmisikan informasi, ide, dan emosi. Komunikasi verbal dapat terjadi dalam berbagai konteks, mulai dari percakapan sehari-hari hingga presentasi formal (De Saussure & Rocci, 2016).

Dalam konteks komunikasi verbal, penting untuk memperhatikan bagaimana kata-kata dipilih, disusun, dan disampaikan untuk memastikan pesan yang jelas dan efektif. Selain itu, aspek non-verbal seperti intonasi suara, ekspresi wajah, dan gerakan tubuh juga dapat memengaruhi bagaimana pesan disampaikan dan diterima (Burgoon et al., 2021).

Komunikasi verbal memainkan peran penting dalam interaksi manusia sehari-hari dan merupakan salah satu bentuk komunikasi yang paling umum digunakan. Dengan pemahaman yang baik tentang komunikasi verbal, individu dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam menyampaikan pesan dengan jelas, memahami pesan orang lain, dan membangun hubungan yang kuat dengan orang lain (Griffin, 2022).

Menurut (DeVito, 2022), komunikasi verbal tidak hanya terbatas pada pertukaran informasi melalui ucapan atau tulisan, tetapi juga mencakup pemahaman tentang makna di balik kata-kata tersebut, yang bisa sangat dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya.

Namun, komunikasi verbal juga menghadapi tantangan, terutama terkait dengan perbedaan bahasa, dialek, dan penggunaan jargon, yang dapat menyebabkan kesalahpahaman atau interpretasi yang salah antara pengirim dan penerima pesan (Mehrabian, 2017).

## B. FUNGSI KOMUNIKASI VERBAL

Komunikasi verbal memiliki beberapa fungsi yang penting dalam interaksi manusia. Berikut adalah beberapa fungsi utama dari komunikasi verbal beserta penjelasannya (De Saussure & Rocci, 2016):

1. **Menyampaikan Informasi:** Fungsi utama dari komunikasi verbal adalah untuk mentransmisikan informasi dari satu pihak kepada pihak lain. Melalui penggunaan kata-kata dan bahasa, individu dapat menyampaikan fakta, ide, dan pemikiran kepada orang lain.
2. **Mengungkapkan Emosi dan Perasaan:** Komunikasi verbal memungkinkan individu untuk mengungkapkan emosi dan perasaan mereka kepada orang lain. Dengan menggunakan kata-kata, seseorang dapat menyampaikan kebahagiaan, kesedihan, kekecewaan, atau kecemasan kepada orang lain.
3. **Membangun Hubungan:** Komunikasi verbal membantu dalam membangun hubungan antarindividu. Melalui percakapan, diskusi, dan komunikasi verbal lainnya, orang dapat saling memahami, membangun kepercayaan, dan menciptakan ikatan sosial yang kuat.
4. **Menyelesaikan Konflik:** Komunikasi verbal juga berperan dalam menyelesaikan konflik dan perbedaan pendapat. Dengan berkomunikasi secara terbuka dan jujur, individu dapat mencari solusi yang memuaskan untuk konflik yang muncul.
5. **Mengajar dan Mempelajari:** Komunikasi verbal digunakan dalam proses pengajaran dan pembelajaran. Guru menggunakan kata-kata untuk mengajar siswa, sementara siswa menggunakan bahasa untuk bertanya, berdiskusi, dan memahami materi pelajaran.
6. **Menghibur:** Komunikasi verbal juga dapat digunakan untuk menghibur orang lain. Melalui cerita, lelucon, atau obrolan santai, komunikasi verbal dapat menciptakan suasana yang menyenangkan dan menghibur.

Dengan pemahaman yang baik tentang fungsi-fungsi komunikasi verbal ini, individu dapat memanfaatkannya secara efektif dalam berbagai situasi komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

### C. ELEMEN-ELEMEN KOMUNIKASI VERBAL

Komunikasi verbal melibatkan beberapa elemen penting yang membentuk proses komunikasi. Berikut adalah elemen-elemen utama dari komunikasi verbal beserta penjelasannya:

1. **Pengirim (Sender):** Pengirim adalah individu atau entitas yang menginisiasi pesan dalam proses komunikasi. Mereka menggunakan kata-kata dan bahasa untuk menyampaikan informasi, ide, atau emosi kepada penerima.
2. **Pesan (Message):** Pesan adalah informasi yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima melalui komunikasi verbal. Pesan dapat berupa kata-kata, kalimat, cerita, atau ide yang ingin disampaikan.
3. **Penerima (Receiver):** Penerima adalah individu atau entitas yang menerima dan memahami pesan yang disampaikan oleh pengirim. Mereka mendengarkan, membaca, atau menerima informasi verbal dari pengirim.
4. **Media Komunikasi:** Media komunikasi adalah saluran atau sarana yang digunakan untuk mentransmisikan pesan verbal antara pengirim dan penerima. Media komunikasi dapat berupa lisan (percakapan, pidato) atau tertulis (surat, email).
5. **Konteks Komunikasi:** Konteks komunikasi mencakup situasi atau lingkungan di mana komunikasi verbal terjadi. Konteks ini dapat mencakup faktor-faktor seperti tempat, waktu, budaya, dan hubungan antara pengirim dan penerima.
6. **Kode Bahasa:** Kode bahasa merujuk pada sistem simbolik yang digunakan untuk menyusun kata-kata dan kalimat dalam komunikasi verbal. Setiap bahasa memiliki aturan dan struktur tertentu yang digunakan untuk menyampaikan pesan.

7. **Konten Verbal:** Konten verbal adalah informasi yang sebenarnya disampaikan dalam pesan verbal. Ini mencakup kata-kata, frasa, dan kalimat yang digunakan untuk menyampaikan ide, fakta, atau emosi.
8. **Gaya Bahasa:** Gaya bahasa merujuk pada cara pengirim menggunakan kata-kata dan bahasa untuk menyampaikan pesan. Gaya bahasa dapat mencakup penggunaan kosakata khusus, gaya penulisan yang formal atau informal, dan penggunaan retorika yang persuasif.

Dengan pemahaman yang baik tentang elemen-elemen komunikasi verbal ini, individu dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam berkomunikasi secara efektif dan memahami proses komunikasi dengan lebih baik.

#### **D. BAHASA DAN MAKNA**

Bahasa dan makna memainkan peran kunci dalam komunikasi verbal. Berikut adalah penjelasan tentang kedua konsep tersebut:

1. **Bahasa:** Bahasa adalah sistem komunikasi yang menggunakan simbol-simbol, seperti kata-kata dan kalimat, untuk menyampaikan pesan antara individu atau kelompok. Bahasa memungkinkan manusia untuk berkomunikasi, menyampaikan ide, emosi, dan informasi dengan menggunakan aturan dan struktur tertentu.
  - **Struktur Bahasa:** Bahasa memiliki struktur yang terdiri dari tata bahasa, kosakata, dan aturan sintaksis yang digunakan untuk menyusun kalimat yang bermakna. Struktur bahasa memungkinkan pengguna bahasa untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif.
  - **Fungsi Bahasa:** Bahasa memiliki berbagai fungsi, termasuk sebagai alat komunikasi, ekspresi emosi, pemikiran, dan identitas budaya. Bahasa juga digunakan untuk mengajar, belajar, dan membangun hubungan sosial.

2. **Makna:** Makna merujuk pada interpretasi atau pemahaman yang diberikan kepada pesan verbal oleh penerima. Makna tidak hanya terkait dengan kata-kata yang digunakan, tetapi juga konteks, penggunaan bahasa tubuh, intonasi suara, dan faktor non-verbal lainnya.
- **Makna Denotatif dan Konotatif:** Makna denotatif adalah makna literal atau langsung dari kata atau kalimat, sementara makna konotatif adalah makna yang terkait dengan asosiasi, emosi, atau nilai yang terkait dengan kata atau kalimat tersebut.
  - **Konteks Makna:** Makna sebuah pesan dapat dipengaruhi oleh konteks komunikasi, seperti situasi, budaya, dan hubungan antara pengirim dan penerima. Penting untuk memperhatikan konteks dalam memahami makna sebuah pesan.
  - **Negosiasi Makna:** Dalam komunikasi verbal, makna seringkali merupakan hasil dari negosiasi antara pengirim dan penerima. Penerima mencoba untuk memahami pesan yang disampaikan oleh pengirim berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan persepsi mereka.

Dengan pemahaman yang baik tentang bahasa dan makna dalam komunikasi verbal, individu dapat menyampaikan pesan dengan lebih efektif, memahami pesan orang lain dengan lebih baik, dan membangun hubungan komunikasi yang kuat.

## **E. HAMBATAN DALAM KOMUNIKASI VERBAL**

Dalam komunikasi verbal, terdapat beberapa hambatan yang dapat menghalangi pemahaman dan kelancaran proses komunikasi. Berikut adalah beberapa hambatan umum dalam komunikasi verbal (Rani, 2016), (Neuliep, 2021):

1. **Ketidajelasan Bahasa:** Penggunaan bahasa yang ambigu, penggunaan kosakata yang tidak tepat, atau kalimat yang rumit dapat menyebabkan ketidakjelasan dalam komunikasi verbal.
2. **Gangguan Fisik:** Gangguan fisik seperti kebisingan, gangguan audio, atau gangguan visual dapat mengganggu transmisi pesan verbal antara pengirim dan penerima.
3. **Perbedaan Bahasa dan Budaya:** Perbedaan bahasa, dialek, atau budaya antara pengirim dan penerima dapat menyebabkan kesalahpahaman atau kesulitan dalam memahami pesan yang disampaikan.
4. **Gangguan Emosional:** Emosi yang tidak terkendali, seperti marah, cemas, atau stres, dapat memengaruhi cara seseorang menyampaikan pesan dan cara penerima memahami pesan tersebut.
5. **Kurangnya Keterampilan Komunikasi:** Kurangnya keterampilan komunikasi, seperti kurangnya kemampuan mendengarkan dengan baik, kurangnya kemampuan menyampaikan ide secara jelas, atau kurangnya kemampuan membaca bahasa tubuh, dapat menjadi hambatan dalam komunikasi verbal.
6. **Prasangka dan Stereotip:** Prasangka atau stereotip terhadap pengirim pesan atau topik yang dibicarakan dapat menghalangi pemahaman yang objektif dan terbuka dalam komunikasi.
7. **Kurangnya Perhatian:** Kurangnya perhatian atau ketidakhadiran pikiran saat berkomunikasi dapat menyebabkan kehilangan fokus dan pemahaman yang buruk terhadap pesan yang disampaikan.
8. **Ketidaksamaan Persepsi:** Perbedaan persepsi antara pengirim dan penerima terhadap situasi, konteks, atau pesan yang disampaikan dapat menyebabkan kesalahpahaman dan hambatan dalam komunikasi.

Dengan mengidentifikasi dan memahami hambatan-hambatan ini, individu dapat mengatasi masalah dalam komunikasi verbal dan

meningkatkan kemampuan mereka dalam berkomunikasi secara efektif.

## F. KETERAMPILAN MENDENGARKAN AKTIF

Keterampilan mendengarkan aktif merupakan aspek penting dalam komunikasi verbal yang efektif. Berikut adalah penjelasan tentang keterampilan mendengarkan aktif (Bodie et al., 2012), (Hargie & Hargie, 2019):

1. **Memberikan Perhatian Penuh:** Mendengarkan aktif melibatkan memberikan perhatian penuh pada pembicara dan pesan yang disampaikan. Ini berarti fokus sepenuhnya pada pembicara tanpa gangguan dan menunjukkan minat pada apa yang dibicarakan.
2. **Menggunakan Bahasa Tubuh Positif:** Bahasa tubuh juga merupakan bagian dari mendengarkan aktif. Menggunakan kontak mata, menganggukkan kepala sebagai tanda pemahaman, dan sikap tubuh yang terbuka dapat menunjukkan kepada pembicara bahwa Anda benar-benar mendengarkan.
3. **Mengajukan Pertanyaan:** Mengajukan pertanyaan yang relevan dan memperjelas dapat membantu dalam pemahaman pesan yang disampaikan. Pertanyaan-pertanyaan ini juga menunjukkan bahwa Anda tertarik dan terlibat dalam percakapan.
4. **Mengulang Kembali Pesan:** Mengulang kembali ringkasan atau inti dari pesan yang disampaikan oleh pembicara dapat membantu memastikan pemahaman yang benar. Ini juga menunjukkan kepada pembicara bahwa Anda benar-benar memperhatikan.
5. **Menyimpulkan dan Merespons:** Setelah pembicara selesai berbicara, menyimpulkan poin-poin utama yang telah disampaikan dan memberikan respons yang sesuai. Ini

menunjukkan bahwa Anda telah mendengarkan dengan baik dan memahami pesan yang disampaikan.

6. **Menahan Diri dari Mengganggu:** Mendengarkan aktif juga berarti menahan diri dari mengganggu atau menginterupsi pembicara saat berbicara. Biarkan pembicara menyelesaikan pemikirannya sebelum memberikan respons atau pertanyaan.
7. **Menunjukkan Empati:** Menunjukkan empati dan pengertian terhadap perasaan dan perspektif pembicara dapat membantu menciptakan hubungan yang lebih baik dalam komunikasi. Berusaha untuk melihat dari sudut pandang pembicara dapat meningkatkan kualitas mendengarkan.

Dengan mengembangkan keterampilan mendengarkan aktif, seseorang dapat memperkuat hubungan komunikasi, mencegah kesalahpahaman, dan meningkatkan efektivitas dalam berkomunikasi verbal.

## **G. PENGGUNAAN KOMUNIKASI VERBAL EFEKTIF**

Komunikasi verbal yang efektif melibatkan penggunaan kata-kata dan bahasa dengan tepat untuk menyampaikan pesan secara jelas, akurat, dan persuasif. Berikut adalah beberapa poin penting tentang penggunaan komunikasi verbal yang efektif:

1. **Keterbukaan dan Keterusterangan:** Menjadi terbuka dan jujur dalam komunikasi verbal penting untuk membangun kepercayaan dan memperkuat hubungan. Hindari menyembunyikan informasi penting atau berbohong dalam komunikasi.
2. **Kekonsistenan:** Menjaga konsistensi dalam pesan yang disampaikan membantu mencegah kebingungan dan kesalahpahaman. Pastikan bahwa pesan yang disampaikan konsisten dengan sikap dan tindakan Anda.
3. **Kesesuaian dengan Audiens:** Penting untuk mempertimbangkan audiens atau penerima pesan saat menggunakan komunikasi verbal. Gunakan bahasa yang

sesuai dengan tingkat pemahaman dan latar belakang audiens untuk memastikan pesan disampaikan dengan efektif.

4. **Klaritas dan Kesederhanaan:** Sampaikan pesan secara jelas, singkat, dan mudah dipahami. Hindari penggunaan bahasa yang rumit atau ambigu yang dapat menyebabkan kebingungan.
5. **Empati dan Pengertian:** Tunjukkan empati dan pengertian terhadap perasaan dan perspektif audiens saat berkomunikasi. Berusaha untuk melihat dari sudut pandang mereka dapat membantu membangun hubungan yang lebih baik.
6. **Menghindari Jargon dan Slang:** Hindari penggunaan jargon atau slang yang mungkin tidak dipahami oleh semua orang. Gunakan bahasa yang umum dipahami untuk memastikan pesan tersampaikan dengan jelas.
7. **Menggunakan Pertanyaan dan Umpan Balik:** Menggunakan pertanyaan untuk memastikan pemahaman dan meminta umpan balik dari audiens dapat membantu memperjelas pesan dan memperkuat komunikasi.
8. **Menjaga Konteks dan Tujuan:** Selalu pertimbangkan konteks dan tujuan komunikasi saat menggunakan komunikasi verbal. Pastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan situasi dan tujuan yang ingin dicapai.

Dengan memperhatikan dan mengimplementasikan prinsip-prinsip di atas, seseorang dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan komunikasi verbal secara efektif untuk mencapai hasil yang diinginkan dalam berbagai situasi komunikasi.

## **H. KOMUNIKASI VERBAL DALAM BERBAGAI KONTEKS**

Komunikasi verbal dapat terjadi dalam berbagai konteks dan situasi yang berbeda, dan cara komunikasi tersebut digunakan dapat bervariasi tergantung pada konteksnya. Berikut adalah penjelasan tentang komunikasi verbal dalam beberapa konteks yang umum:

1. **Komunikasi Pribadi:** Komunikasi verbal dalam konteks pribadi melibatkan interaksi antara individu dalam hubungan personal, seperti antara anggota keluarga, teman dekat, atau pasangan. Komunikasi ini sering kali lebih santai dan informal, di mana ekspresi emosi dan pengalaman pribadi dapat lebih bebas diekspresikan.
2. **Komunikasi Profesional:** Dalam konteks profesional, komunikasi verbal sering kali lebih formal dan terstruktur. Ini dapat terjadi dalam pertemuan bisnis, presentasi, negosiasi, atau komunikasi antara atasan dan bawahan. Keterampilan komunikasi yang efektif sangat penting dalam konteks ini untuk memastikan pemahaman yang jelas dan efisiensi dalam kerja tim.
3. **Komunikasi Publik:** Komunikasi verbal dalam konteks publik melibatkan penyampaian pesan kepada audiens yang lebih luas, seperti dalam pidato, presentasi umum, atau acara publik lainnya. Komunikasi publik membutuhkan persiapan yang matang, penggunaan bahasa yang persuasif, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan respons audiens.
4. **Komunikasi Akademis:** Dalam konteks akademis, komunikasi verbal terjadi dalam diskusi kelas, presentasi tugas, seminar, atau konferensi ilmiah. Kemampuan untuk menyampaikan ide secara jelas dan terstruktur sangat penting dalam konteks ini, serta kemampuan untuk berpartisipasi dalam diskusi akademis.
5. **Komunikasi Media Sosial:** Komunikasi verbal dalam konteks media sosial sering kali melibatkan penggunaan platform online untuk berinteraksi dengan orang lain. Pesan-pesan yang disampaikan melalui media sosial dapat mencakup teks, video, atau audio, dan memerlukan pemahaman tentang cara berkomunikasi secara efektif dalam lingkungan digital.
6. **Komunikasi Antarbudaya:** Dalam konteks komunikasi antarbudaya, komunikasi verbal melibatkan interaksi antara individu dari latar belakang budaya yang berbeda. Pemahaman tentang perbedaan budaya dalam penggunaan bahasa dan

norma komunikasi sangat penting untuk mencegah kesalahpahaman dan membangun hubungan yang harmonis.

Dengan memahami perbedaan konteks komunikasi verbal, seseorang dapat mengembangkan keterampilan komunikasi yang sesuai dengan situasi yang dihadapi dan meningkatkan kemampuan mereka dalam berinteraksi dengan orang lain secara efektif.

## I. TEKNOLOGI DAN KOMUNIKASI VERBAL

Teknologi telah memainkan peran yang signifikan dalam mengubah cara kita melakukan komunikasi verbal. Berikut adalah beberapa cara di mana teknologi telah memengaruhi komunikasi verbal (Yunis, 2019):

1. **Komunikasi Jarak Jauh:** Teknologi seperti telepon, video call, dan pesan teks telah memungkinkan komunikasi verbal secara real-time tanpa harus berada di tempat yang sama. Ini memungkinkan orang untuk berkomunikasi dengan orang lain yang berada di lokasi yang jauh dengan cara yang efisien.
2. **Media Sosial:** Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara verbal melalui teks, gambar, dan video. Ini memberikan cara baru untuk berinteraksi dengan orang lain, berbagi informasi, dan memperluas jaringan sosial.
3. **Aplikasi Pesan Instan:** Aplikasi pesan instan seperti WhatsApp, Line, dan Telegram memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara langsung melalui teks, suara, dan video. Ini memberikan cara yang cepat dan mudah untuk berkomunikasi dengan teman, keluarga, dan rekan kerja.
4. **Email:** Email adalah salah satu bentuk komunikasi verbal yang paling umum digunakan dalam lingkungan profesional. Email memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan tertulis

secara cepat dan efisien, serta menyimpan catatan komunikasi untuk referensi di masa depan.

5. **Podcast dan Webinar:** Podcast dan webinar adalah bentuk komunikasi verbal yang semakin populer di era digital. Podcast memungkinkan orang untuk mendengarkan konten audio yang informatif dan menghibur, sementara webinar memungkinkan penyampaian presentasi dan diskusi secara online.
6. **Asisten Virtual:** Asisten virtual seperti Siri, Google Assistant, dan Alexa memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara verbal dengan teknologi. Pengguna dapat memberikan perintah suara untuk melakukan tugas tertentu, seperti mencari informasi, mengatur jadwal, atau memutar musik.

Dengan perkembangan teknologi, komunikasi verbal telah menjadi lebih fleksibel, cepat, dan mudah diakses. Namun, penting untuk tetap memperhatikan etika dan keamanan dalam menggunakan teknologi untuk berkomunikasi verbal agar pesan yang disampaikan tetap efektif dan aman.

Lebih lanjut, (Mahr & Huh, 2022) mengeksplorasi dinamika kekuatan sosial dalam konteks komunikasi teknologi. (Ansari & Khan, 2020) mengidentifikasi bagaimana platform media sosial dapat digunakan untuk mendukung pembelajaran peer dan komunikasi verbal di lingkungan akademis.

## J. ETIKA DALAM KOMUNIKASI VERBAL

Etika dalam komunikasi verbal merujuk pada prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang harus diterapkan dalam berkomunikasi secara lisan. Berikut adalah beberapa aspek penting tentang etika dalam komunikasi verbal:

1. **Kejujuran:** Salah satu prinsip utama dalam etika komunikasi adalah kejujuran. Penting untuk berbicara dengan jujur dan

tidak menyesatkan orang lain dengan informasi yang tidak benar atau menyesatkan.

2. **Penghargaan:** Menghargai lawan bicara adalah bagian penting dari etika komunikasi. Mendengarkan dengan penuh perhatian, menghormati pendapat orang lain, dan tidak menginterupsi saat orang lain berbicara adalah contoh penghargaan dalam komunikasi verbal.
3. **Kesopanan:** Menjaga kesopanan dalam berkomunikasi verbal adalah kunci dalam membangun hubungan yang baik dengan orang lain. Menggunakan bahasa yang sopan, menghindari penggunaan kata-kata kasar, dan menghormati batas-batas pribadi orang lain adalah contoh kesopanan dalam komunikasi.
4. **Empati:** Memiliki empati dalam komunikasi verbal berarti mampu memahami dan merasakan perasaan orang lain. Mendengarkan dengan empati, mengakui perasaan orang lain, dan menunjukkan empati dalam respons verbal adalah penting dalam membangun hubungan yang baik.
5. **Keterbukaan:** Keterbukaan dalam komunikasi verbal berarti berani menyampaikan pendapat, perasaan, dan kebutuhan secara jujur dan terbuka. Berbagi informasi dengan transparan dan tidak menyembunyikan hal-hal yang penting adalah bagian dari etika komunikasi.
6. **Pengendalian Diri:** Mengendalikan emosi dan reaksi saat berkomunikasi verbal adalah penting dalam menjaga etika. Hindari mengeluarkan kata-kata kasar, mengkritik secara tidak membangun, atau menunjukkan perilaku agresif saat berkomunikasi.
7. **Pertimbangan Konteks:** Memperhatikan konteks dan situasi dalam berkomunikasi verbal juga merupakan bagian dari etika. Beradaptasi dengan norma-norma komunikasi yang berlaku dalam konteks tertentu, seperti dalam lingkungan profesional atau pribadi, adalah penting untuk menjaga etika komunikasi.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam komunikasi verbal, seseorang dapat membangun hubungan yang sehat, menghindari

konflik, dan menciptakan lingkungan komunikasi yang positif dan produktif. Etika dalam komunikasi verbal juga membantu dalam memperkuat kepercayaan dan menghormati orang lain dalam interaksi sehari-hari.

## **K. RANGKUMAN**

Komunikasi verbal adalah sebuah proses dinamis yang melibatkan berbagai elemen penting dan memiliki fungsi-fungsi krusial dalam interaksi manusia. Elemen-elemen utama dalam komunikasi verbal mencakup pengirim, yang menggunakan bahasa untuk menyampaikan informasi atau emosi kepada penerima; pesan, yang merupakan isi dari komunikasi; penerima, yang menerima dan memproses pesan; media komunikasi, yang bisa berupa lisan atau tertulis; serta konteks komunikasi, yang menentukan situasi komunikasi berlangsung. Fungsi dari komunikasi verbal sangat beragam, termasuk menyampaikan informasi, mengungkapkan emosi, membangun hubungan sosial, menyelesaikan konflik, mengajar dan mempelajari, serta menghibur. Kesemua ini menunjukkan betapa pentingnya komunikasi verbal dalam kehidupan sehari-hari dan bagaimana pemahaman yang mendalam tentang proses ini dapat memperkuat kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara efektif.

Dalam praktiknya, komunikasi verbal tidak lepas dari tantangan, seperti perbedaan bahasa dan budaya, yang bisa memicu kesalahpahaman. Oleh karena itu, keterampilan mendengarkan aktif, pemilihan gaya bahasa yang tepat, dan kepekaan terhadap konteks komunikasi menjadi sangat penting. Pemanfaatan teknologi dalam komunikasi verbal, seperti media sosial dan komunikasi jarak jauh, telah membuka peluang baru untuk berinteraksi, namun juga membutuhkan kebijakan dan etika komunikasi yang baik untuk mengoptimalkan efektivitas dan meminimalisir potensi misinterpretasi.

## L. TES NORMATIF

Berikut adalah tiga soal tes formatif tentang komunikasi verbal, berdasarkan topik-topik yang telah dibahas:

### Soal 1: Pengertian Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal melibatkan penggunaan bahasa dan simbol-simbol verbal untuk mentransmisikan informasi, ide, dan emosi. Aspek mana berikut ini yang **tidak** termasuk dalam komunikasi verbal?

- A. Penggunaan kata-kata dalam percakapan sehari-hari.
- B. Penulisan dan pembacaan teks.
- C. Ekspresi wajah dan gerakan tubuh.
- D. Pemilihan dan penyusunan kata untuk kejelasan pesan.
- E. Pemahaman tentang makna di balik kata-kata yang disampaikan.

**Jawaban: C.** Ekspresi wajah dan gerakan tubuh.

### Soal 2: Fungsi Komunikasi Verbal

Manakah dari berikut ini yang **bukan** merupakan fungsi utama dari komunikasi verbal?

- A. Menyampaikan informasi dari satu individu ke individu lain.
- B. Mengungkapkan emosi dan perasaan kepada orang lain.
- C. Membangun dan memelihara habitat alami lingkungan.
- D. Menyelesaikan konflik dan perbedaan pendapat melalui dialog.
- E. Mengajar dan mempelajari konsep atau materi baru.

**Jawaban: C.** Membangun dan memelihara habitat alami lingkungan.

### Soal 3: Elemen Komunikasi Verbal

Elemen manakah di bawah ini yang **tidak** termasuk dalam elemen utama dari komunikasi verbal?

- A. Pengirim (Sender)
- B. Pesan (Message)
- C. Penerima (Receiver)
- D. Emosi Non-Verbal
- E. Konteks Komunikasi

**Jawaban: D. Emosi Non-Verbal**

Soal 4: Essay

Berikan analisis terperinci mengenai bagaimana teknologi, khususnya media sosial dan komunikasi jarak jauh, telah mengubah praktik komunikasi verbal. Diskusikan potensi dampak positif dan negatif dari perubahan ini terhadap pemahaman dan efektivitas komunikasi verbal dalam berbagai konteks, seperti personal, profesional, dan akademis.

## KEGIATAN BELAJAR 8

### KOMUNIKASI NON VERBAL

#### DESKRIPSI PEMBELAJARAN

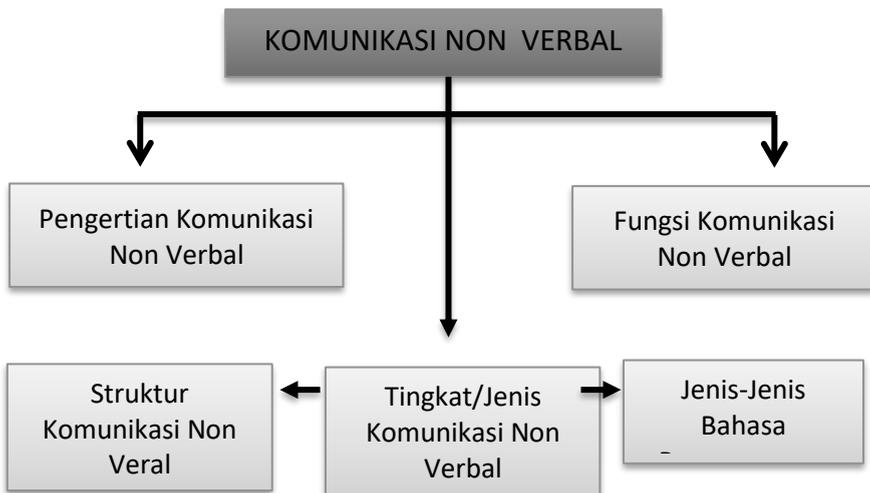
Pada bab ini mahasiswa mempelajari pengenalan dan konsep dasar teoritis mengenai komunikasi non verbal. Diharapkan mahasiswa memiliki wawasan dan pemahaman yang lebih baik tentang komunikasi non verbal sebagai dasar untuk mempelajari ilmu komunikasi secara lebih luas.

#### KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan :

4. Mampu menjelaskan tentang definisi komunikasi non verbal.
5. Mampu menjelaskan fungsi dan manfaat komunikasi non verbal
6. Mampu menjelaskan tingkatan, struktur, jenis-jenis komunikasi non verbal

#### PETA KONSEP PEMBELAJARAN



## A. PENGERTIAN KOMUNIKASI NON VERBAL

Komunikasi non verbal seringkali disebut sebagai komunikasi tersirat, komunikasi tidak langsung, komunikasi tanpa kata kata atau populer dengan sebutan bahasa *tarzan*. Pemahaman ini lebih disebabkan oleh pengalaman seseorang ketika berinteraksi dan berkomunikasi secara non verbal dengan orang lain dimana cara berkomunikasi tidak mengandalkan kata, kalimat dan intonasi melainkan melalui gerakan, ekspresi, mimik, dan gestur untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi agar lebih akurat.

Komunikasi non verbal secara sadar dan tidak sadar dilakukan untuk mengimbangi cara berkomunikasi verbal yang relatif lebih mudah dipahami. Di dalam komunikasi non verbal diperlukan kemauan dan kemampuan ekstra dari si pelaku/penutur untuk menunjukkan ekspresi dan tujuan komunikasi yang hendak dicapai. Sebagian besar orang berpandangan bawa komunikasi non verbal memiliki efek komunikasi yang lebih keras yang akan diterima oleh para pelaku komunikasi. Hal ini disebabkan oleh pemahaman komunikator dan atau komunikan terhadap pesan komunikasi yang diterima bisa/ mungkin saja tidak sejalan dengan apa yang dipikirkannya.

Komunikasi non verbal secara mudah dapat diartikan sebagai isyarat-isyarat sehingga sudah jelas kalau komunikasi non verbal tidak berwujud kata-kata. Komunikasi non verbal dilakukan dengan sengaja dan tidak sengaja sebagai bagian dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan. Komunikator mengirim pesan komunikasi non verbal tanpa menyadari bahwa pesan-pesan tersebut sangat bermakna untuk orang lain/ penerima pesan.

Ketika bayi lahir, seorang ibu akan melakukan komunikasi non verbal sangat banyak dan sering kepada bayinya. Sentuhan, tatapan lembut, sorot mata yang teduh dari seorang ibu kepada bayinya merupakan sebuah contoh sederhana bagaimana

komunikasi non verbal sebenarnya dilakukan lebih awal dan berusia lebih tua daripada komunikasi verbal.

Hal ini menunjukkan bahwa di dalam melakukan komunikasi non verbal seringkali penerima pesan lebih memercayai pesan komunikasi non verbal (dari pengirim pesan) daripada ucapan atau perkataan verbal pengirim pesan.

Komunikasi non verbal menekankan pada pendekatan komunikasi: bukan **apa** yang dikatakannya (verbal) tetapi **bagaimana** ia mengatakannya (non verbal)?

## **B. FUNGSI KOMUNIKASI NONVERBAL**

Secara mendasar fungsi komunikasi nonverbal adalah turut menyampaikan pesan komunikasi seperti halnya komunikasi verbal. Jadi penggunaan kata verbal dan nonverbal dalam dua pengertian ini menekankan pada yang mana menggunakan kata kerja dalam format ucapan dan kalimat. Klasifikasi tidak menggunakan kata dan kalimat ada dalam komunikasi nonverbal sehingga secara umum fungsi komunikasi nonverbal adalah memperkuat pesan komunikasi verbal.

Paul Ekman seorang pakar komunikasi mengklasifikasikan fungsi komunikasi non verbal dari aspek mata (tatapan, pandangan) sebagai berikut:

1. *Emblem*
2. *Illustrator*
3. *Regulator*
4. *Penyesuai*
5. *Affect Display*

Fungsi komunikasi non verbal adalah

1. Meringkaskan tujuan dari komunikasi verbal sebab dalam beberapa kasus, pesan verbal saja tidak cukup untuk dapat diterima oleh komunikan sehingga komunikasi non verbal digunakan komunikan untuk mengulang kembali pesan komunikasi verbal.
2. Menegaskan maksud komunikasi verbal.
3. Mensubstitusi peran komunikasi verbal.
4. Meregulasi perbuatan—perbuatan verbal.
5. Menegasikan atau membantah perilaku verbal.

Komunikasi non verbal memiliki 4 ekspresi utama yaitu

<b>Gembira</b>	<b>Sedih</b>
<b>Marah</b>	<b>Cemas</b>

**Tabel 1.1:** empat ekspresi utama dalam komunikasi non verbal

Sumber: <https://www.verywellmind.com/types-of-nonverbal-communication> (diolah kembali oleh Penulis)

### **C. KLASIFIKASI KOMUNIKASI NONVERBAL**

Ada dua praktisi komunikasi yang mempunyai pandangan khusus tentang klasifikasi komunikasi non verbal **menurut jumlah penggunaannya** dalam berkomunikasi.

- Pandangan pertama dari Ray L. Birdwhistell. Ia menyatakan bahwa penggunaan komunikasi non verbal adalah 65% dari total cara seseorang berkomunikasi.
- Sementara pandangan kedua menurut Albert Mehrabian yang menyatakan bahwa 93% atau hampir semua makna sosial dalam komunikasi tatap muka diperoleh dari isyarat dan tanda nonverbal.

Tokoh komunikasi Juergen Ruesch menyatakan bahwa klasifikasi komunikasi non verbal dapat dilakukan **menurut penggunaan bahasanya** dalam 3 bagian yaitu:

- Bahasa tanda atau *sign language*
- Bahasa tindakan atau *action language*
- Bahasa obyek atau *object language*

Ahli komunikasi lainnya yaitu Larry A. Samovar dan Richard E. Porter mengklasifikasi komunikasi non verbal menurut **perilaku dan kondisinya** ke dalam dua bagian yaitu:

- Perilaku (penampilan, pakaian, gerakan, postur tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan, bau-bauan, parabaasa)
- Kondisi (ruang, waktu, diam)

Menyimak pemaparan di atas, maka Penulis mencoba merangkumnya ke dalam tiga klasifikasi bahwa komunikasi non verbal dapat dibagi berdasarkan:

1. Jumlah penggunaannya
2. Bahasa yang digunakannya
3. Perilaku dan kondisinya

#### **D. STRUKTUR KOMUNIKASI NONVERBAL**

Struktur komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang dibangun untuk menegaskan dan memperkuat pesan komunikasi bersamadengan komunikasi verbal. Namun dalam penggunaannya komunikasi nonverbal memiliki struktur tersendiri yakni:

1. Struktur komunikasinya yang lebih terus terang atau mengedepankan kejujuran daripada komunikasi verbal
2. Struktur komunikasinya memiliki saluran komunikasi yang banyak atau lebih dari satu
3. Struktur simbol dalam komunikasi nonverbal berlangsung terus menerus

## E. JENIS-JENIS KOMUNIKASI NONVERBAL

Menurut Kendra Cherry, MEd dan David Susman, PhD, jenis-jenis komunikasi nonverbal dibagi ke dalam beberapa bagian yakni

Tabel 2. Jenis-Jenis Komunikasi Nonverbal

1, <i>Facial expressions</i>	5, <i>Proxemics or personal space</i>
2. <i>Gestures</i>	6, <i>Eye gaze, and haptics (touch)</i>
3, <i>Paralinguistics (such as loudness or tone of voice)</i>	7, <i>Appearance</i>
4, <i>Body language</i>	8, <i>Artifacts (objects and images)</i>

(sumber: <https://www.verywellmind.com/types-of-nonverbal-communication-2795397>, diolah kembali oleh Penulis)

1. *Facial expressions* atau raut wajah turut bertanggung jawab atas seberapa besar pesan komunikasi nonverbal dapat disampaikan dengan baik. Ekspresi senyum dan cemberut tentu berbeda dampaknya walaupun mungkin kata-kata verbal yang diucapkan adalah sama. Ekspresi muka adalah hal pertama dapat dilihat, bahkan sebelum komunikator (akan) berkata. Perilaku nonverbal dipengaruhi oleh faktor budaya terutama saat harus mengekspresikan wajah untuk memperlihatkan kebahagiaan, kesedihan, kemarahan, dan ketakutan.
2. *Gestures* Isyarat yang ditunjukkan adalah cara yang memiliki nilai tersendiri saat berkomunikasi. Contohnya memberi tanda perpisahan dengan menggunakan tangan, atau menunjukkan ibu jari sebagai tanda memuji. Hal-hal seperti ini terkait dengan budaya setempat. Jemari telunjuk dan tengah yang membentuk huruf V pertanda victory (kemenangan dan kedamaian). Namun jika menunjukkan jari tengah tegak kepada orang lain justru akan dianggap sebagai sebuah penghinaan

3. *Paralinguistics (such as loudness or tone of voice)* ... Paralinguistik menunjukkan kemampuan seseorang dalam mengatur suara saat berkomunikasi seperti intonasi, nada, kenyaringan, dan refleksi suara. Misalnya untuk menunjukkan persetujuan dan semangat tentu ada penekanan khusus yang tegas dibandingkan dengan suara yang tidak yakin, menentang atau bahkan konfrontasi..
4. *Body language* adalah bahasa tubuh. Pergerakan tubuh saat berkomunikasi juga menunjukkan adanya pesan non verbal yang akan diterima atau harus diperhatikan oleh komunikator dan komunikan. Seringkali bahasa tubuh lebih mengekspresikan dengan lebih baik terkait perasaan, sopan santun, dan kepercayaan diri..
5. *Proxemics or personal space* Istilah ini biasa disebut sebagai ruangan pribadi. Dalam proses berkomunikasi, komunikator dan komunikan memerlukan jarak tertentu agar pesan komunikasi dapat disampaikan dengan baik. Ruang yang dibutuhkan untuk suatu pembicaraan umum tentu tidak akan sama dengan ruangan yang diperlukan untuk pembicaraan pribadi. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam *proxemics* ini yaitu norma sosial, budaya, situasional, karakteristik, kepribadian, dan tingkat keakraban.
6. *Eye gaze, and haptics (touch)* adalah peran mata dan sentuhan saat melakukan komunikasi non verbal. Dua hal ini mempunyai pengaruh yang besar. Peran mata dalam komunikasi non verbal antara lain adalah menatap, mengedip, memejamkan, membelalakkan atau memicingkan. Secara umum, kontak mata yang memberi kesan baik adalah kontak mata yang normal dan stabil.. Namun dalam kenyataannya, seorang pendusta bisa saja melakukan hal tersebut sempurna.

Sementara *haptics* adalah cara berkomunikasi dengan menggunakan sentuhan/ menyentuh untuk memberi impresi yang kuat. Menyentuh seseorang di bagian tertentu (misalnya tangan) dengan tulus dapat diartikan sebbaggai bentuk ekspresi kasih sayang, keakraban, simpati, dan emosi lainnya. Pria dan wanita sama-sama menggunakan sentuhan untuk menunjukkan perasaan dan maksud mereka ketika

berkomunikasi. Perempuan melakukan sentuhan untuk menunjukkan atensi dan pengasuhan. Sementara pria menggunakan sentuhan untuk mempertegas kekuasaannya atau kemampuannya dalam mengendalikan orang lain.

7. *Appearance* adalah performa seseorang dalam memilih dan menggunakan busana, model rambut, dan aksesoris. Penampilan merupakan bagian dari komunikasi non verbal. Variasi warna yang digunakan seseorang dapat menciptakan respon yang bervariasi pula di antara rekan atau mitranya, termasuk suasana hati yang bersangkutan. Performa seseorang juga dapat mengubah respon fisiologis, apresiasi, dan penafsiran dari lingkungan sekitarnya. Secara umum seseorang yang berpenampilan menarik cenderung dapat meningkatkan jenjang karirnya dengan lebih baik di dunia kerja.
8. *Artifacts (objects and images)* adalah gambar atau visual penunjang yang dipakai dalam komunikasi non verbal. Objek dan atau gambar berperan besar dalam berkomunikasi secara nonverbal terutama dalam dunia digital. Hampir semua orang yang berinteraksi dengan dunia digital pasti menggunakan simbol atau gambar yang menunjukkan teknologi kekinian untuk menyampaikan pesan komunikasinya. Tanda atau emoji yang biasa melekat pada alat-alat komunikasi, materi presentasi, atau menciptakan kostum seragam yang mengidentifikasi profesi tertentu merupakan bentuk komunikasi non verbal juga.

## **F. RANGKUMAN**

Berdasarkan uraian di atas dimulai dari pengertian, fungsi, klasifikasi, struktur, dan jenis-jenis komunikasi nonverbal maka dapat diketahui bahwa komunikasi non verbal merupakan komunikasi yang mengedepankan isyarat yang tersirat dalam proses berkomunikasi sehingga komunikasi nonverbal merupakan jenis komunikasi yang memperkuat penyampaian pesan komunikasi bersama dengan komunikasi verbal.

Fungsi dari komunikasi nonverbal sangat bervariasi. Namun dengan tetap memerhatikan defisini mendasar tentang komunikasi nonverbal maka fungsi terbesar komunikasi nonverbal menegaskan kembali maksud dan pesan komunikasi yang diinginkan oleh komunikator dan komunikan. Baik komunikator dan komunikan sama sama menyadari bahwa peran paling penting komunikasi nonverbal adalah penggunaan atribut berupa bahasa tubuh dan ekspresi yang begitu dominan: menekankan, melengkapi, menegaskan, mengatur, menunjukkan perlawanan, mengulangi dan terutama komunikasi verbal dapat menggantikan pesan-pesan non verbal.

Setiap penggunaan komunikasi non verbal sebenarnya dapat merupakan bentuk kesengajaan maupun ketidaksengajaan. Praktik sengaja dan tidak sengaja ini sangat bergantung pada pengaruh budaya, lingkungan, dan jarak yang menyertai selama proses berkomunikasi (yang menggunakan nonverbal) itu berlangsung diantara para pelakunya.

## **G. TES FORMATIF**

1. Komunikasi nonverbal merupakan komunikasi yang pada dasarnya adalah
  - a. Menegaskan kembali maksud penyampaian pesan komunikasi
  - b. Mengurangi peran komunikasi verbal
  - c. Menghilangkan sama sekali peran komunikasi verbal
  - d. Komunikasi yang sulit dimengerti karena penuh dengan isyarat
  - e. Salah semua
  
2. Komunikasi nonverbal dapat disetarakan dengan komunikasi  
....
  - a) langsung

- b) tidak langsung
  - c) pemasaran
  - d) kesehatan
  - e) gaib
3. Ciri-ciri komunikasi non verbal adalah sebagai berikut, kecuali...
- a) Isyarat
  - b) Tanda
  - c) Simbol.
  - d) Makna tersirat
  - e) Menggunakan kata kata kerja yang jelas
4. Penggunaan komunikasi non verbal dikenal menggunakan *hapticss* yang berarti
- a) Memberi sentuhan secara fisik untuk menegaskan maksud komunikasi dari komunikator
  - b) Memberi sentuhan yang tidak ada arti
  - c) Tidak menggunakan sentuhan sama sekali
  - d) Sentuhan yang dapat diartikan lain
  - e) Sentuhan untuk keperluan pemeriksaan kesehatan
5. Salah satu bentuk komunikasi non verbal yang sering digunakan saat seseorang berkomunikasi adalah ...
- a. Menunjukkan ekspresi wajah
  - b. Mengeluarkan kata –kata tegas
  - c. Menulis peraturan dengan jelas
  - d. Membuat syair lagu
  - e. Membuat pengumuman

## H. LATIHAN

**Studi kasus:** seorang pimpinan perusahaan mengeluarkan peraturan tertulis tentang perubahan jam kerja di perusahaannya

dalam sebuah Surat Keputusan resmi. Diketahui sebelumnya SK tersebut sudah dikirim melalui email ke setiap karyawan.

Untuk keperluan tersebut, pimpinan perusahaan mengumpulkan seluruh pejabat struktural dan para karyawannya di aula kantor. Diketahui jumlah yang hadir pada acara tersebut adalah 200 orang.

- a. Bagaimana peran komunikasi nonverbal yang harus ditunjukkan oleh pimpinan perusahaan di acara tersebut?
- b. Secara teknis, seluruh karyawan sudah mengetahui isi SK tersebut. Bagaimana sikap yang baik dan seharusnya yang harus ditunjukkan oleh setiap karyawan jika menemukan ketentuan yang dirasa kurang adil?
- c. Bagaimana cara meyakinkan seluruh peserta bahwa peraturan baru itu memang bermanfaat dan menguntungkan tanpa harus banyak berkata-kata?

Jelaskan dan paparkan.

## **KEGIATAN BELAJAR 9**

### **PENGANTAR DIRI DALAM KOMUNIKASI**

#### **DESKRIPSI PEMBELAJARAN**

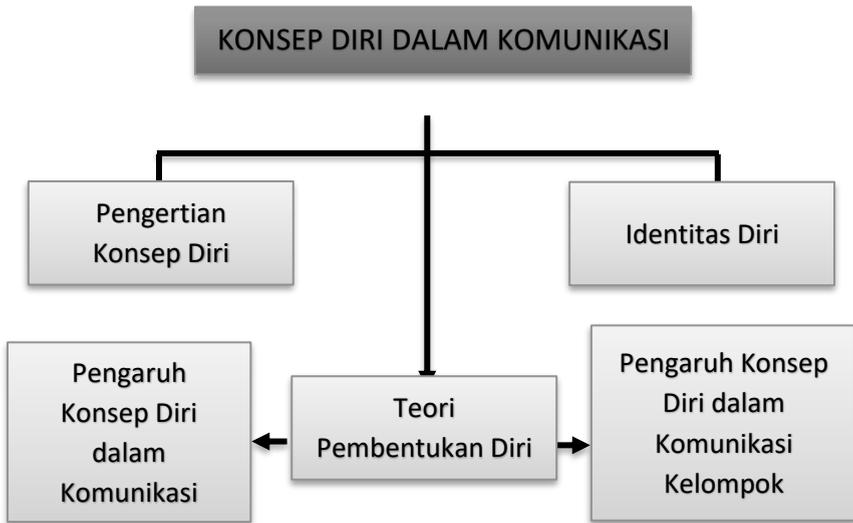
Pada bab ini mahasiswa mempelajari konsep diri dalam komunikasi yang berfokus pada pemahaman tentang bagaimana individu mengidentifikasi, mengembangkan, dan memahami peran diri dalam konteks komunikasi. Diharapkan mahasiswa memiliki pemahaman tentang bagaimana konsep diri seseorang dapat mempengaruhi cara mereka berkomunikasi, termasuk gaya komunikasi, pemilihan kata, dan sikap dalam berkomunikasi. Selain itu melalui pembelajaran ini juga diharapkan mahasiswa dapat mengembangkan keterampilan untuk mengelola dan mengadaptasi peran diri dalam berbagai situasi komunikasi, serta meningkatkan kesadaran diri terhadap peran diri dalam interaksi komunikatif.

#### **KOMPETENSI PEMBELAJARAN**

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan:

1. Mampu menjelaskan konsep identitas diri dalam komunikasi, termasuk bagaimana identitas pribadi memengaruhi cara berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain.
2. Mampu menjelaskan tentang teori-teori yang berkaitan dengan konsep diri dalam komunikasi, termasuk bagaimana konsep diri dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.
3. Mampu memahami tentang identitas diri dalam komunikasi, termasuk nilai-nilai, keyakinan, budaya, dan pengalaman yang membentuk seseorang dalam berkomunikasi.
4. Mampu membangun komunikasi yang efektif, baik dalam komunikasi interpersonal maupun komunikasi dalam kelompok.

## PETA KONSEP PEMBELAJARAN



### A. PENGERTIAN KONSEP DIRI

Pernahkah merasa bahwa Anda berbeda dengan orang lain sehingga menyebabkan Anda tidak dapat masuk ke dalam komunitas tertentu karena perbedaan pandangan? Atau bahkan Anda pernah memikirkan mengapa jati diri Anda berbeda atau sama dengan individu lain? Pertanyaan-pertanyaan seputar diri sendiri tersebut biasanya sering terjadi ketika Anda memainkan peran dalam kehidupan sosial di mana diri Anda berperan sebagai individu. "Diri" merujuk pada identitas, kesadaran, dan kesatuan individu. Diri merupakan inti dari keberadaan manusia, yang membedakan satu individu dengan individu lainnya.

Dalam melihat peran individu dalam kehidupan sosial pada konteks komunikasi, Littlejohn & Foss (2009) menyebutkan individu sebagai pelaku komunikasi. Peran individu sebagai pelaku komunikasi sangat penting dalam teori komunikasi karena individu dipandang

sebagai “pemain kunci” dalam menghasilkan, memahami, dan merespons pesan-pesan komunikasi (Littlejohn & Foss, 2009). Dengan memahami peran individu sebagai pelaku komunikasi, maka kita dapat lebih memahami bagaimana proses komunikasi terjadi, mengapa komunikasi dapat berhasil atau gagal, serta bagaimana kita dapat meningkatkan keterampilan komunikasi kita.

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak terlepas dari interaksi sosial dengan individu lain. Dalam menjalankan kehidupan sosialnya, diri kemudian membentuk konsep diri melalui berbagai cara yang menghasilkan sifat yang unik pada masing-masing individu. Konsep diri adalah pengetahuan individu yang mencakup semua ide, kepercayaan, dan pendirian tentang dirinya yang kemudian memengaruhi individu dalam berhubungan dengan orang lain (Keliat, 1992). Menurut Rom Harre, konsep diri ini adalah hasil dari interaksi sosial yang terus menerus antara individu dan lingkungannya (Sorbin, 1998). Harre menekankan bahwa konsep diri seseorang tidak hanya berasal dari pengalaman pribadi, tetapi juga terbentuk melalui representasi sosial yang dimiliki individu tentang dirinya sendiri. Representasi sosial ini mencakup bagaimana individu melihat diri mereka sendiri dalam konteks hubungan sosial dan budaya yang ada. Artinya, diri bukanlah entitas, melainkan merupakan perwakilan dari individu dan sosial, bagaimana seseorang menerangkan dan menjelaskan tindakannya.

Pemahaman akan konsep diri memainkan peran yang sangat penting dalam konteks komunikasi. Konsep diri merujuk pada pandangan atau persepsi individu tentang dirinya sendiri, termasuk nilai-nilai, keyakinan, perasaan, dan citra diri yang dimiliki individu. Konsep diri juga dapat mencakup aspek-aspek seperti status sosial, peran dalam masyarakat, dan identifikasi dengan kelompok tertentu.

Dalam konteks komunikasi, konsep diri memengaruhi bagaimana seseorang berinteraksi dengan orang lain. Individu cenderung

berkomunikasi dan berperilaku sesuai dengan konsep diri mereka, bagaimana mereka memandang dirinya sendiri. Misalnya, seseorang yang memiliki konsep diri sebagai seorang pemimpin mungkin akan cenderung memimpin ketika berada di dalam situasi komunikasi kelompok, namun sebaliknya jika seseorang merasa tidak percaya diri mungkin orang tersebut akan lebih pasif dalam berkomunikasi.

Pemahaman akan konsep diri juga penting dalam memahami bagaimana orang lain berkomunikasi dengan kita. Persepsi orang lain terhadap diri kita dapat memengaruhi interaksi dan komunikasi mereka dengan kita. Oleh karena itu, dengan memahami konsep diri kita sendiri, kita dapat lebih efektif dalam berkomunikasi dengan orang lain dan merespons komunikasi mereka dengan lebih baik.

## **B. IDENTITAS DIRI**

Identitas diri merupakan bagian dari konsep diri. Jika konsep diri lebih bersifat umum dan mencakup pandangan menyeluruh tentang diri sendiri, maka identitas diri lebih spesifik kepada kesadaran diri bagaimana seseorang mengidentifikasikan dirinya dalam konteks tertentu, misalnya bagaimana seseorang memainkan perannya di dalam masyarakat. Erik Erikson dalam bukunya "*Identity: Youth and Crisis*" mengemukakan bahwa konsep identitas diri adalah bagian penting dalam perkembangan individu. Identitas diri adalah gambaran tentang siapa diri seseorang, apa yang mereka inginkan, dan bagaimana mereka melihat diri mereka dalam konteks kehidupan mereka (Erikson, 1968).

Kajian mengenai identitas diri telah banyak diteliti oleh kalangan akademisi. Salah satunya adalah Michael Hecht dan koleganya dalam Teori Komunikasi tentang Identitas (*Communication Theory of Identity*). Teori ini memberikan pemahaman bahwa identitas merupakan penghubung utama antara individu dan masyarakat

yang terbentuk melalui interaksi komunikatif. Komunikasi dalam hal ini dipandang sebagai alat yang dapat membentuk identitas seseorang di mana identitas merupakan “kode” yang mendefinisikan keanggotaan seseorang dalam komunitas yang beragam (Littlejohn & Foss, 2009).

Hecht & Lu (2014) menekankan bahwa pembentukan identitas tidaklah statis, tetapi merupakan proses pembentukan yang terus berkembang melalui interaksi komunikatif dengan orang lain. Lebih lanjut, mereka membagi identitas ke dalam beberapa lapisan yang saling terkait, yaitu:

1. Identitas pribadi (*personal identity*), yaitu konsep diri atau citra diri seseorang dalam situasi sosial. Identitas ini terkait dengan bagaimana seseorang mendefinisikan diri, misalnya bagaimana Anda melihat diri Anda sendiri.
2. Identitas reseptif (*enacted identity*), yaitu identitas yang diberikan oleh orang lain kepada seseorang. Identitas tersebut dibentuk dari pengetahuan orang lain mengenai diri seseorang, misalnya bagaimana orang lain memahami dan mendeskripsikan diri Anda melalui tindakan atau penampilan Anda.
3. Identitas relasional (*relational identity*), yaitu identitas yang berkaitan dengan bagaimana seseorang berinteraksi dengan orang lain dalam hubungan interpersonal. Dalam hal ini identitas diri akan berubah sesuai dengan peran sosial, misalnya Anda sebagai mahasiswa, anak, sahabat, dan sebagainya.
4. Identitas kolektif (*communal identity*), yaitu identitas yang mengacu pada identitas yang terbentuk melalui afiliasi dengan kelompok atau komunitas tertentu, misalnya identitas Anda sebagai bagian dari komunitas mahasiswa, sebagai bagian dari budaya tertentu, dan sebagainya.

Dengan memahami identitas diri dalam konteks komunikasi dapat membantu individu dalam membangun hubungan yang lebih bermakna dengan orang lain dalam kehidupan sosialnya. Selain itu,

hal ini juga dapat membantu individu dalam mengatasi konflik identitas dan mengembangkan, serta mengkonstruksi identitas diri yang positif.

### C. TEORI PEMBENTUKAN DIRI

Dalam memahami bagaimana proses pembentukan diri pada individu banyak dikaji oleh kalangan akademis yang kemudian menjadi gagasan teori. Berikut adalah beberapa teori-teori yang sering digunakan dalam memahami diri:

#### 1. Teori Interaksi Simbolik.

Teori interaksi simbolik yang digagas oleh George Herbert Mead tahun 1934 banyak digunakan untuk menganalisis gejala yang terjadi di masyarakat. Manusia dikenal sebagai makhluk sosial yang melakukan interaksi satu terhadap yang lain dengan menggunakan simbol-simbol tertentu dalam rangka membentuk dan mewujudkan eksistensi diri (Muhid & Wahyudi, 2020). Mead juga menekankan bahwa manusia saling berinteraksi sepanjang waktu sebagai sebuah proses berbagi makna di antara manusia dalam memahami istilah-istilah, tindakan, dan kejadian.

Dalam teori interaksi simbolik terdapat tiga konsep, yaitu *mind* (pikiran), *self* (diri), dan *society* (masyarakat). Namun, bagi Mead, aspek diri adalah inti dari teori interaksi simbolik yang menganggap bahwa konsep diri adalah suatu proses yang berasal dari interaksi sosial individu dengan orang lain di mana diri dapat menjadi objek dan subjek sekaligus (Ahmadi, 2008). Individu adalah agen aktif di dunia sosial yang dipengaruhi oleh budaya dan organisasi sosial, namun juga mereka berperan dalam menghasilkan budaya, masyarakat, dan perilaku bermakna yang pada akhirnya akan mempengaruhi mereka (Miller, 2005).

Melalui artikelnya yang berjudul *The Social Foundations and Functions of Thought and Communication*, Mead dalam Craig & Muller (2007) menjelaskan bahwa manusia sebagai individu ketika sadar akan dirinya, maka dirinya juga sadar akan adanya individu lain, dan kesadaran tersebut sama-sama penting, baik bagi pengembangan dirinya maupun bagi pengembangan masyarakat sosial di mana dirinya berada. Prinsip yang ditawarkan Mead adalah komunikasi melibatkan partisipasi pihak lain di dalam sebuah organisasi sosial masyarakat.

Tahap pembentukan *self* atau diri terdiri dari dua tahapan, yaitu tahapan dalam menemukan jati diri dan tahap diri aktor ketika memposisikan dirinya dalam berinteraksi di lingkungannya. *The self* atau diri dapat berpikir mengenai konsep diri yang berasal dari pemikiran sendiri atau dapat berpikir mengenai konsep diri dari sudut pandang orang lain. Dalam konsep *self* inilah muncul konsep “I” dan “Me”, yaitu posisi seseorang dalam berinteraksi dengan orang lain melalui citra diri, harga diri, dan ego.

Mead (1934) memandang diri atau *self* adalah individu yang melalui proses sadarnya memiliki kemampuan untuk terus berkembang melalui proses interaksi sosialnya, baik dengan diri sendiri maupun dengan orang lain. Melalui proses tersebut manusia memiliki kemampuan untuk melihat dirinya sebagaimana ia melihat objek di luar dirinya (Muhid & Wahyudi, 2020). Dari sinilah dalam pandangan Mead, konsep tentang diri (*self*) muncul di mana diri akan mengambil proses sosial *role taking*, yaitu menjadi “I” (aku) dan “Me” (daku). Namun, menurut Mead, diri akan menjadi objek (“Me”) terlebih dahulu sebelum pada akhirnya menjadi subjek (“I”) karena hakikat kedirian manusia muncul setelah melakukan proses interaksi sosial.

Mead menyebutkan bahwa dalam proses pembentukan konsep dirinya, individu melewati tiga tahapan, yaitu:

1. Tahapan Bermain atau *Playing Stage*, di mana pada fase ini individu memainkan peran sosial sebagai orang lain. Dalam tahapan ini, individu belajar mengenai lingkungannya dan berperan sesuai norma dan perspektif orang lain di mana secara bersamaan individu menyerap kemampuan interaksi yang akan menjadi pengalaman sosialnya.
2. Tahapan Pertandingan atau *Game Stage* adalah tahapan di mana individu berkembang. Pada tahapan ini, individu mulai membentuk konsep diri yang berlandaskan peraturan atau norma yang ada pada lingkungannya.
3. Tahapan Mengambil Peran merupakan tahapan atau yang disebut dengan refleksi umum (*generalized other*). Pada tahapan ini individu mengontrol perilakunya menurut refleksi umum orang lain.

Ketika berbicara mengenai diri, yang dimaksud Mead adalah manusia bukan sebagai organisme, namun sebagai karakter dan bahwa proses bahasa adalah penting bagi pengembangan diri individu. Pentingnya komunikasi terletak pada kenyataan bahwa komunikasi menyediakan suatu bentuk perilaku di mana individu dapat menjadi objek bagi dirinya sendiri. Komunikasi yang dimaksud Mead disini adalah simbol penting yang dikomunikasikan bukan hanya kepada orang lain, tetapi juga ditujukan kepada dirinya, dan jenis komunikasi ini adalah bagian dari perilaku yang memperkenalkan diri atau *self*. Diri adalah struktur sosial dan muncul dalam pengalaman sosial. Menurutnya untuk menjadi diri, individu harus dapat melihat dirinya 'di luar dirinya sendiri' sehingga mampu menjadi objek bagi dirinya sendiri (Mead, 1934).

Namun untuk dapat menjadi objek bagi dirinya sendiri dalam melihat 'konsep diri' tidaklah mudah, dan untuk itu Mead menyebutkan dapat dilakukan melalui pengambilan peran yaitu dengan menggunakan sudut pandang orang lain sehingga konsep diri dapat terbentuk. Littlejohn & Foss (2009) menjelaskan

bahwa konsep diri adalah refleksi umum orang lain (*generalized others*) yang menggabungkan berbagai sudut pandang mengenai 'diri', sehingga dapat dikatakan pandangan orang lain penting dalam membentuk konsep diri. Menurut Mead 'diri' menjadi objek sebelum menjadi posisi subjek dan dalam hal ini, 'diri' mengalami proses internalisasi atau interpretasi subjek atas realitas struktur yang luas (Ahmadi, 2008).

Littlejohn & Foss (2009) menjelaskan bahwa diri menjalankan fungsi yang penting, yaitu sebagai *I*, yaitu bagian *impulsive* dari diri atau dapat dikatakan sebagai subjek dan *Me* sebagai refleksi umum orang lain atau dapat dikatakan sebagai objek. Menurut (Littlejohn & Foss, 2009), Mead menggunakan konsep *Me* untuk menjelaskan perilaku yang dapat diterima secara sosial serta adaptif dan konsep *I* untuk menjelaskan gerak hati yang kreatif dan tidak dapat ditebak.

## 2. Teori Konstruksi Sosial atas Realitas.

Teori ini digagas oleh Peter Ludwig Berger dan Thomas Luckmann pada tahun 1966. Pada dasarnya teori konstruksi sosial atas realitas membahas tentang bagaimana sebuah realitas yang ada pada sebuah masyarakat atau komunitas terbentuk yang kemudian disalurkan melalui sebuah kesadaran, baik itu melalui *knowledge* (pengetahuan), kebiasaan, maupun kepercayaan. Kenyataan sosial terbentuk dari permasalahan legitimasi secara historis hingga ke masa depan yang disebut juga merupakan hasil konstruksi sosial buatan masyarakat yang melibatkan aspek kognitif, normatif, emosional, dan intuitif (Yuningsih, 2006).

Teori ini menganalisis bagaimana sebuah realitas dapat terbentuk pada setiap individu dan komunitas. Dalam pemikiran Berger dan Luckman, untuk memahami dunia kehidupan (*life world*) selalu ada proses dialektik antara *the self* (diri) dengan dunia sosial budaya. Hubungan antara manusia sebagai produsen dan dunia sosial sebagai produknya adalah hubungan

dialektis di mana manusia (sebagai kolektivitas) dan dunia sosialnya berinteraksi dengan yang lain. Hubungan dialektis ini dilakukan melalui momen eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi yang membentuk konsep diri, sebagai berikut:

#### 1. Eksternalisasi

Eksternalisasi adalah proses penyesuaian diri dengan dunia sosial budaya sebagai produk manusia atau dapat dikatakan sebagai momen adaptasi diri dalam pembentukan pemikiran. Sebagai momen adaptasi diri, maka pada tahap ini *the self* akan berusaha mendapatkan dan membangun tempatnya di dalam masyarakat. Dalam proses eksternalisasi ini dalam merespon momen adaptasi diri dapat terjadi sikap menerima atau menolak. Sikap menerima dapat digambarkan dari partisipasi seseorang dalam berbagai aktivitas pada ruang sosial-budaya, sebaliknya sikap menolak akan ditunjukkan melalui tindakan yang non-partisipatif.

Dalam pandangan Berger dan Luckmann, eksternalisasi adalah momen dialektis penyesuaian diri dengan dunia sosio kulturalnya. Melalui proses eksternalisasi, manusia menciptakan kenyataan sosialnya di tengah masyarakat yang dapat dikatakan sebagai momen adaptasi diri dalam pembentukan pemikirannya.

Secara empiris, keberadaan manusia terjadi dalam konteks tatanan, arahan, dan stabilitas di mana tatanan sosial mendahului perkembangan organisme. Artinya, tatanan sosial adalah produk manusia yang berkelanjutan yang bertujuan untuk eksternalisasi mereka yang berkelanjutan. Tatanan sosial ini merupakan hasil aktivitas manusia dari masa lalu hingga saat ini. Dalam pandangan Berger dan Luckmann, produk sosial dari eksternalisasi manusia bukanlah karakter *sui generis* (khas, normatif), namun dapat dikatakan sebagai kebutuhan antropologis karena

bertentangan dengan kebutuhan biologis organisme dan lingkungan. Namun kebutuhan akan tatanan sosial yang stabil dapat dikatakan berasal juga dari kebutuhan biologis manusia. Hal ini juga disebabkan karena manusia tidak mungkin tidak bersosialisasi dan berada terus menerus dalam lingkungan yang *solitaire* atau terisolasi.

## 2. Objektivasi

Menurut Berger & Luckmann (1979), hubungan antara manusia sebagai produsen dan dunia sosial sebagai produknya adalah hubungan dialektika. Manusia sebagai makhluk kolektivisme dan dunia sosialnya saling berinteraksi. Eksternalisasi dan objektivasi adalah momen dalam proses dialektik yang berkelanjutan. Momen objektivasi merupakan hasil dari kegiatan eksternalisasi individu. Realitas kehidupan sehari-hari manusia tidak hanya dipenuhi oleh objektivasi, namun realitas itu dimungkinkan karena adanya objektivasi.

Objektivasi adalah proses interaksi dengan dunia intersubjektif yang dilembagakan, yang dapat diartikan sebagai momen interaksi diri dalam dunia sosial budaya. Seperti proses eksternalisasi, tahap ini juga merupakan momen adaptasi dan pembentukan diri di dalam struktur masyarakat, di mana masyarakat dipandang sebagai realitas objektif. Dunia menjadi sesuatu di luar sana yang sudah memperoleh ciri dari suatu realita eksternal dan objektif, bukan sebagai suatu realita yang dapat digapai individu melainkan dapat dialami bersama dengan orang lain. Pada fase ini terjadi legitimasi.

Dalam kata lain, terjadi proses pemaknaan baru sehingga menciptakan tindakan yang dapat mengarah pada tindakan negatif, positif, atau malah menjadi tindakan yang habitual, yang telah menjadi bagian dari sistem kognitif, yang otomatis dirasakan normal (karena terbiasa). Pada fase

inilah yang pada satu titik ekstrim dapat menghancurkan kehidupan atau menciptakan ulang dunia.

### 3. Internalisasi

Internalisasi adalah momen identifikasi diri dalam dunia sosial budaya, di mana dunia yang telah mengalami objektivitas diserap kembali ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga struktur-struktur dunia ini menentukan struktur-struktur subjektif kesadaran itu sendiri. Individu mengidentifikasi dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya.

Dalam kata lain, terjadi proses sosialisasi melalui dua jalur, yaitu melalui sosialisasi primer (keluarga) dan sekunder (organisasi). Sosialisasi primer berpengaruh terhadap lebih dari sekedar pembelajaran kognitif seseorang. Mereka adalah *significant others* yang bertanggungjawab dalam memediasi dan memodifikasi terhadap definisi individu akan realitas objektif. Namun, Berger dan Luckmann dalam hal ini juga menegaskan bahwa struktur dasar dari sosialisasi sekunder haruslah mirip dengan sosialisasi primer sehingga memungkinkan mediasi akan realitas objektif tersebut sehingga memungkinkan internalisasi terjadi. Internalisasi hanya terjadi ketika identifikasi terjadi.

Pada momen internalisasi ini, individu menghasilkan identitas subjektif, namun Berger dan Luckmann juga menekankan perbedaannya dengan teori psikologi sosial karena identitas subjektif itu tetaplah juga objektif karena didefinisikan sebagai lokasi yang disiratkan oleh dunia sosial tertentu. Dalam tahap ini seseorang membutuhkan *social order* agar komunitas tersebut tetap dapat bertahan dan berlanjut (Berger & Luckmann, 1979).

#### **D. PENGARUH KONSEP DIRI DALAM KOMUNIKASI INTERPERSONAL**

Komunikasi interpersonal adalah proses komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih yang saling berinteraksi secara langsung. Konsep diri memiliki pengaruh yang signifikan dalam komunikasi interpersonal. Konsep diri seseorang atau cara seseorang melihat diri sendiri dapat mempengaruhi cara seseorang dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Artinya, konsep diri dapat berdampak pada hubungan interpersonal seseorang dalam kehidupan sosialnya.

Konsep diri yang positif cenderung membuat seseorang lebih percaya diri dalam berkomunikasi, lebih terbuka terhadap ide dan pandangan orang lain, serta lebih mampu membangun hubungan yang sehat dan saling menguntungkan. Di sisi lain, konsep diri yang negatif dapat membuat seseorang kurang percaya diri, lebih cenderung untuk menarik diri dari interaksi sosial, dan sulit untuk membina hubungan yang baik dengan orang lain.

DeVito (2016) menyoroti pentingnya konsep diri seseorang dan persepsi diri dari orang lain dalam komunikasi interpersonal. Menurutnya, untuk meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal penting bagi individu untuk memiliki konsep diri, *self-awareness* (kesadaran diri), dan *self-esteem* (harga diri). Persepsi diri yang positif dapat membantu seseorang untuk menghadapi konflik dan tantangan dalam interaksi sosial dengan lebih efektif, sementara persepsi diri yang negatif dapat membuat seseorang merasa tidak aman dan tidak nyaman dalam berkomunikasi. Dengan demikian, DeVito menekankan bahwa memahami dan mengelola konsep diri yang positif adalah kunci untuk meningkatkan keterampilan komunikasi interpersonal dan membangun hubungan yang sehat dengan orang lain (DeVito, 2016).

## **E. PENGARUH KONSEP DIRI DALAM KOMUNIKASI KELOMPOK**

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang terjadi antara sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang (Effendy, 2003). Konsep diri juga memiliki pengaruh yang signifikan dalam komunikasi kelompok di mana diri dapat memengaruhi proses interaksi dengan anggota kelompok lainnya. Misalnya bagaimana berkontribusi dalam diskusi dan bagaimana memahami peran dalam sebuah kelompok. Konsep diri yang positif akan meningkatkan efektivitas komunikasi dan kerjasama dalam kelompok.

DeVito (2016) menjelaskan bagaimana konsep diri dapat memengaruhi komunikasi kelompok melalui beberapa cara, yaitu:

1. Pengaruh pada partisipasi: Dengan konsep diri yang positif, seperti memiliki kepercayaan diri, maka individu dapat lebih aktif dalam menyampaikan gagasan pada forum diskusi.
2. Pengaruh pada peran: Dengan konsep diri yang positif, maka individu mampu mengambil peran penting, misalnya mengambil peran sebagai pemimpin dalam kelompoknya.
3. Pengaruh pada hubungan antar anggota kelompok: Konsep diri dapat memengaruhi hubungan antar anggota kelompok melalui proses interaksi, di mana konsep diri yang positif akan membangun hubungan yang baik, sementara konsep diri yang negatif akan sulit untuk berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya.

## **F. RANGKUMAN**

Manusia sebagai makhluk sosial tidak terlepas dari interaksi sosial. Oleh karena itu, peran diri sebagai komunikator sangat penting dalam rangka membangun hubungan yang positif melalui komunikasi yang efektif. Konsep diri merujuk pada pemahaman

atau persepsi seseorang tentang diri mereka, sementara identitas diri mencakup perasaan keanggotaan dalam kelompok tertentu. Dapat disimpulkan, bahwa identitas diri juga merupakan aspek dari konsep diri seseorang. Proses pembentukan diri bukanlah proses yang statis, namun dinamis yang dapat terus ditingkatkan dalam kehidupan sosial seseorang. Tahap pembentukan diri terdiri dari dua tahapan, yaitu tahapan dalam menemukan jati diri dan tahap diri aktor ketika memposisikan dirinya dalam berinteraksi di lingkungannya. Pembentukan diri juga terjadi melalui proses sosialisasi melalui dua jalur, yaitu melalui sosialisasi primer (keluarga) dan sekunder (organisasi). Artinya, pembentukan diri dapat terjadi melalui internal dan eksternal. Lebih lanjut, pengaruh diri memainkan peran penting dalam komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok.

## **G. TES FORMATIF**

1. Bagaimana konsep diri memengaruhi komunikasi interpersonal:
  - a) Tidak berpengaruh
  - b) Meningkatkan keterbukaan dalam berkomunikasi
  - c) Menyebabkan ketidakpercayaan terhadap orang lain
  - d) Memperkuat konflik dalam hubungan
  
2. Apa yang dimaksud dengan konsep diri?
  - a) Cara individu memahami diri mereka sendiri
  - b) Cara individu berkomunikasi dengan orang lain
  - c) Cara individu memahami orang lain
  - d) Cara individu berinteraksi dalam kelompok

## H. LATIHAN

Buatlah esai mengenai peran diri dalam komunikasi kelompok Anda:

- A. Ceritakan pengalaman Anda dalam sebuah kelompok di mana konsep diri Anda memengaruhi peran Anda.
- B. Bagaimana konsep diri Anda memengaruhi interaksi Anda dengan anggota kelompok lainnya?

# KEGIATAN BELAJAR 10

## FAKTOR PENENTU KEBERHASILAN KOMUNIKASI

### DESKRIPSI PEMBELAJARAN

Pada bab ini mahasiswa mempelajari apa yang dimaksud dengan komunikasi yang berhasil, faktor-faktor yang menentukan keberhasilan komunikasi dari sudut pandang pesan dan komunikator. Diharapkan mahasiswa memiliki wawasan dan pemahaman untuk modal dasar mempelajari faktor-faktor penentu keberhasilan komunikasi lebih lanjut.

### KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan:

1. Mampu menguraikan keberhasilan komunikasi
2. Mampu menjelaskan faktor-faktor penentu keberhasilan komunikasi dari sudut pandang pesan
3. Mampu menjelaskan faktor-faktor penentu keberhasilan komunikasi dari sudut pandang komunikator

### PETA PEMBELAJARAN



## **A. KEBERHASILAN KOMUNIKASI**

Sebelum menguraikan faktor-faktor penentu berhasil tidaknya komunikasi, perlu kita pahami bersama arti keberhasilan komunikasi. Ketika dengan berkomunikasi, seseorang dapat menyampaikan informasi, ide dan makna kepada orang lain sehingga tercapai pemahaman bersama, maka komunikasi tersebut dianggap sebagai komunikasi yang berhasil atau efektif (Griffin et al., 2019). Komunikasi yang efektif tidak hanya sekedar bertukar informasi, tetapi juga tentang memahami emosi dan niat di balik informasi tersebut. Selain mampu menyampaikan pesan dengan jelas, komunikator yang baik perlu mendengarkan dengan cara yang dapat memahami makna sepenuhnya dari apa yang dikatakan dan membuat orang lain merasa didengarkan dan dipahami.

Komunikasi yang sukses membawa sejumlah manfaat yang berlaku bagi semua konteks komunikasi. Berikut beberapa manfaat utama, antara lain, pertama, Komunikasi yang berhasil dilakukan akan membantu mencapai pemahaman yang lebih baik di antara pihak-pihak yang terlibat (Sellnow et al., 2009). Hal ini dapat mencegah kesalahpahaman dan meningkatkan pemahaman dan pengetahuan; kedua, komunikasi yang berhasil dapat membantu terciptanya hubungan yang kuat dan positif, baik antara individu, kelompok, dan organisasi yang akan menjadi dasar yang kokoh bagi kolaborasi selanjutnya; ketiga, komunikasi yang sukses akan mendukung pergerakan informasi sehingga dapat meningkatkan produktivitas (Babatunde, 2013); keempat, komunikasi yang berhasil dapat membantu pengambilan keputusan; kelima, komunikasi yang baik dapat membantu mengelola konflik dengan cara yang baik sebab pihak-pihak yang terlibat dapat mengekspresikan perbedaan pendapat tanpa saling menyakiti (Laksana & Nurhaliza, 2023); keenam, keberhasilan komunikasi menciptakan penghargaan diri dan perhatian yang meningkatkan kepuasan pihak-pihak yang terlibat; ketujuh, komunikasi yang

sukses dapat memperkuat reputasi dan kesan individu, kelompok, dan organisasi sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pihak lain; kedelapan, komunikasi yang sukses dapat mendorong pertukaran ide dan gagasan kreatif sehingga menginspirasi inovasi dan perubahan positif di antara pihak-pihak yang terlibat (Sonnenburg, 2004).

## **B. FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEBERHASILAN KOMUNIKASI: PENDEKATAN PESAN**

Faktor-faktor penentu keberhasilan komunikasi sangat beragam, tergantung pada konteks dan tujuan komunikasi dilakukan. Namun, dilihat dari sudut pesan terdapat beberapa faktor penentu berhasil tidaknya komunikasi, antara lain:

### **1. Kesesuaian pesan dengan audiens sasaran (*target audience*)**

Komunikasi yang berhasil adalah komunikasi yang dapat mengidentifikasi audiens sasaran (Freimuth et al., 2000). Setiap pesan harus disesuaikan dengan kebutuhan, kepentingan dan perhatian audiens (Schiavo, 2007). Selain itu, dibutuhkan pula pemahaman dan identifikasi profil audiens yang meliputi bahasa yang digunakan, norma dan nilai-nilai yang berlaku, sikap, perilaku, dan karakter-karakter demografis seperti usia, pendidikan, latar belakang ekonomi dan latar belakang politik. Dengan memahami profil audiens, komunikator dapat menyesuaikan strategi komunikasi dengan kebutuhan audiens dan meningkatkan potensi keberhasilan komunikasi (Sellnow et al., 2009). Dalam penelitian pada konteks upaya edukasi dan informasi keamanan pangan (*food safety*), Jacob dkk (2010) menemukan bahwa informasi-informasi pangan yang relevan dengan audiens dan berisi informasi yang terpercaya dapat dengan mudah diterima dan dipahami. Salah satu strategi komunikasi efektif lainnya adalah menyesuaikan gaya berbahasa dan materi komunikasi

dengan latar belakang usia dan pendidikan audiens. Sebagai contoh seorang komunikator ahli kesehatan hendak melakukan kampanye kesehatan Keluarga Berencana (KB) di sebuah lingkungan perumahan dengan mayoritas peserta adalah Ibu Rumah Tangga (IRT) dengan latar belakang pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA). Untuk memperoleh pemahaman bersama akan pentingnya KB maka komunikator menyesuaikan strateginya dengan menggunakan gaya bahasa yang sederhana, bersahabat dan menggunakan materi-materi yang mudah dipahami.

## 2. Aksesibilitas pesan

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi aksesibilitas pesan adalah kendala bahasa (*language barrier*) dan saluran komunikasi (Sellnow et al., 2009). Kendala bahasa, seperti penggunaan istilah-istilah yang rumit dan tidak sesuai dengan latar belakang audiens, dapat mempersulit audiens untuk menerima dan memahami pesan sehingga komunikasi tidak berjalan sesuai harapan. Komunikator harus menggunakan bahasa-bahasa yang mudah dipahami sehingga makna pesan dapat diterima dengan baik. Di samping itu, pemilihan saluran komunikasi yang tepat dapat menentukan kesuksesan komunikasi. Komunikator harus memahami saluran komunikasi yang tepat sehingga dapat menjangkau audiens secara efektif. Sebagai contoh, media sosial kini banyak digunakan sebagai sarana kampanye atau sosialisasi karena kemudahan-kemudahan yang diberikan seperti dapat menyebarkan informasi secara cepat dan murah serta memungkinkan respon balik dari pengguna media sosial (Chen & Wang, 2021). Namun, media sosial menjadi tidak efektif bila digunakan untuk menyampaikan kampanye mengenai pertanian kepada para petani di sebuah desa yang penduduknya sebagian besar belum terhubung ke internet dan tidak menggunakan media sosial. Oleh karena itu, komunikator harus memperhatikan aksesibilitas pesan agar dapat sampai kepada penerima pesan.

### 3. Kredibilitas pesan

Kredibilitas pesan mencakup keterbukaan, keakuratan, kepercayaan, ketidakberpihakkan, dan kelengkapan pesan yang diberikan komunikator kepada audiens (McComas, 2003). Menyampaikan informasi yang akurat dan faktual sangat penting untuk keberhasilan komunikasi. Apabila komunikator menyampaikan informasi yang salah atau menyesatkan maka audiens akan menjadi bingung dan hal ini dapat menyebabkan kesalahpahaman dan menghilangkan kepercayaan audiens terhadap komunikator.

## C. FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEBERHASILAN KOMUNIKASI: PENDEKATAN KOMUNIKATOR

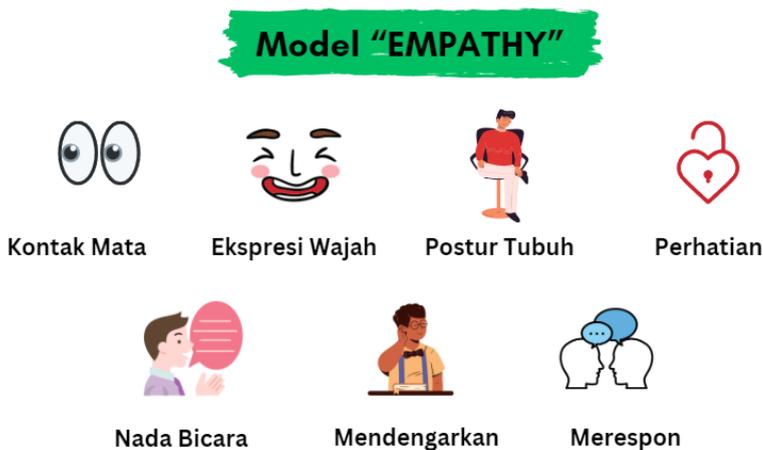
Dari sudut pandang komunikator, beberapa faktor penentu berfokus pada karakteristik, keterampilan, dan perilaku individu atau entitas yang bertindak sebagai komunikator. Berikut adalah beberapa faktor penentu keberhasilan komunikasi, antara lain:

### 1. Empati

Empati artinya memahami kebutuhan orang lain, tujuan, keinginan, dan emosi dengan memahami situasi dari sudut pandang orang lain (Hojat, 2016). Orang yang berempati memiliki kepekaan emosional untuk mendeteksi, memahami, dan secara akurat menafsirkan keadaan psikologis dan emosional orang lain, serta bertindak secara tepat tanpa menghakimi. Komunikator yang dapat melihat sesuatu dari sudut pandang audiens akan lebih mampu menyesuaikan pesan yang disampaikan.

Riess dan Kraft-Todd (2014) menawarkan akronim "EMPATHY" sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang menunjukkan empati yang terdiri dari *Eye contact* (kontak mata), komunikator melakukan kontak mata yang berarti; *Muscles of facial expression* (ekspresi wajah), komunikator dapat menunjukkan ekspresi wajah sesuai dengan pesan

yang disampaikan; *Posture* (postur tubuh), komunikator menunjukkan postur tubuh yang hangat, terbuka dan mengarah kepada audiens; *Affect* (afeksi), komunikator memberikan perhatian kepada audiens; *Tone of voice*, komunikator menggunakan nada bicara yang menggambarkan kelembutan, kehangatan, dan perhatian; *Hearing the whole audiens*, komunikator mendengarkan dan memperhatikan dengan seksama apa yang disampaikan oleh audiens baik secara verbal maupun nonverbal; *Your response*, komunikator menunjukkan perhatian dengan memberikan respon atau timbal balik. Dengan menunjukkan empati kepada audiens, komunikator membangun pengalaman positif dan membangun hubungan komunikasi yang baik sebagai landasan bagi terciptanya pemahaman bersama.



**Gambar 10.1: Model "Empathy"**

## 2. Kemampuan mendengarkan (*listening*)

Mendengarkan lebih dari sekedar mendengarkan apa yang dikatakan orang lain. Mendengarkan berarti mengarahkan dan memusatkan perhatian seluruhnya kepada orang lain

(Parvanta & Bass, 2020). Keterampilan ini dapat dipelajari dan dipraktikkan yaitu melalui, pertama, memberikan perhatian dan tidak menyela lawan bicara. Perhatian dapat diekspresikan melalui komunikasi nonverbal seperti senyuman, anggukkan kepala, badan yang condong ke arah pembicara, dan kontak mata; kedua, merefleksikan kembali gagasan pokok pesan lawan bicara dengan kalimat yang berbeda. Hal ini dapat juga dilakukan untuk memastikan bahwa pihak-pihak yang berkomunikasi memiliki pemahaman yang sama; ketiga, menunjukkan empati, mengakui perbedaan dan mengungkapkan niat untuk tetap berpikiran terbuka. Secara sederhana, apabila seseorang tidak mendengarkan lawan bicara maka dirinya tidak akan dapat memberikan respon yang sesuai dengan pesan yang disampaikan.

### **3. Kemampuan komunikasi nonverbal**

Menegaskan yang telah dijelaskan sebelumnya pada poin 2, komunikasi nonverbal seperti ekspresi wajah, bahasa tubuh, nada suara memainkan peran penting dalam komunikasi. Menurut Eaves dan Leathers (2018), komunikasi nonverbal memiliki beberapa fungsi yang penting dalam mendukung keberhasilan komunikasi, yaitu, pertama, komunikasi nonverbal berperan untuk memberikan informasi yang biasanya tidak dapat diungkapkan melalui kata-kata. Melalui komunikasi nonverbal, individu tidak hanya mengungkapkan bagaimana perasaan mereka terhadap diri mereka sendiri tetapi juga perasaan mereka terhadap lawan bicara; kedua, komunikasi nonverbal digunakan untuk mengatur interaksi atau menyampaikan aturan mengambil giliran dalam berkomunikasi. Gerakan mata atau tangan dinilai dapat lebih diterima daripada ungkapan verbal; ketiga, komunikasi nonverbal digunakan untuk mengekspresikan emosi sebagai respon komunikator terhadap perasaan, suasana hati dan emosi lawan bicara; keempat, komunikasi nonverbal dapat

digunakan untuk memperluas dan menekankan makna pesan verbal; kelima, komunikasi nonverbal digunakan sebagai kontrol sosial yaitu sebagai upaya seseorang untuk memengaruhi atau mengubah perilaku orang lain. Kesan merupakan salah satu bentuk komunikasi nonverbal yang dapat merepresentasikan status, kekuasaan dan dominasi; keenam, komunikasi nonverbal berperan dalam pembentukan dan pengelolaan kesan, yaitu sebuah proses spontan mengenai pembentukan opini tentang orang atau lingkungan baru.

Melalui komunikasi nonverbal, seseorang mengatur cara orang lain memandang dirinya agar dapat lebih mudah mencapai tujuannya. Komunikator yang sukses adalah komunikator yang memperhatikan tanda-tanda nonverbal secara seksama dan menggunakannya untuk memperkuat pesan. Dalam konteks proses belajar mengajar, penelitian menemukan bahwa semakin sering guru menggunakan komunikasi verbal dan nonverbal saat mengajar, semakin maju tingkat akademik siswa (Bambaeeroo & Shokrpour, 2017).

#### **4. Landasan etika**

Komunikasi berlandaskan etika merupakan komunikasi yang didasarkan pada kode etik atau nilai-nilai tertentu, seperti kejujuran, transparansi, akuntabilitas, keadilan, penghargaan, dan tanggung jawab atas perkataan dan tindakan yang dilakukan. Komunikator yang menjalankan prinsip-prinsip etika kemungkinan besar mampu membangun kepercayaan dan mempertahankan hubungan yang positif dengan audiens sementara hubungan yang terjalin merupakan komponen penting dalam mencapai kesuksesan komunikasi.

Prinsip utama dalam komunikasi beretika adalah kejujuran sehingga segala upaya untuk menyesatkan atau menyajikan informasi yang membingungkan bukan merupakan

komunikasi beretika. Kejujuran berkaitan erat dengan prinsip lainnya, yaitu konsistensi dan tanggung jawab yang artinya informasi yang disampaikan kepada audiens harus konsisten dan konsekuensi dari komunikasi yang jujur menjadi tanggung jawab komunikator. Bersikap jujur juga berkaitan erat dengan kepercayaan dan integritas yang pada akhirnya akan membentuk reputasi seseorang. Di sisi lain, sikap ini juga dilakukan untuk mencegah kesalahpahaman dan miskomunikasi.

Penelitian menunjukkan bahwa komunikasi beretika berperan penting dalam meningkatkan kualitas komunikasi dalam hubungan interpersonal. Etika komunikasi yang baik akan menciptakan atmosfer yang baik dalam komunikasi, membangun kepercayaan dan mengurangi konflik dalam konteks komunikasi interpersonal. Sebaliknya, bila tidak dilakukan maka akan menghambat kualitas komunikasi dan memperburuk hubungan antar individu (Laksana & Nurhaliza, 2023). Oleh karena itu, untuk memperoleh kesuksesan komunikasi penting bagi komunikator untuk memahami dan mengimplementasikan etika dalam berkomunikasi.

## **5. Kepercayaan diri**

Kepercayaan diri pada komunikator akan menumbuhkan kredibilitas komunikator dan kepercayaan audiens terhadap komunikator. Komunikator yang percaya diri berpotensi tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga mampu mempersuasi audiens. Bayangkan saja apabila ada anggota tim pemasaran suatu produk yang tidak percaya diri saat mempresentasikan produknya di hadapan calon konsumen. Hasilnya, audiens akan ragu untuk membeli produk yang ditawarkan. Kepercayaan diri diperoleh dari persiapan yang matang. Semakin siap seorang komunikator maka semakin percaya diri dan tenang. Bila seorang komunikator hendak melakukan presentasi maka dirinya akan memastikan bahwa semua aspek presentasi mulai dari materi presentasi,

perangkat teknologi (laptop, layar, mikrofon, jaringan internet dan lain-lain), ruangan, dan lain-lain telah siap untuk digunakan (O'Rourke, 2022). Persiapan yang tidak matang dapat mengganggu konsentrasi komunikator dan mempengaruhi kepercayaan diri dan keberhasilan komunikasi.

## **6. Kepekaan akan budaya**

Memahami budaya dan konteks komunikasi adalah dua faktor penting dalam keberhasilan komunikasi. Kepekaan akan budaya adalah proses yang berkelanjutan dan seorang komunikator yang baik harus bersedia membuka dirinya untuk mempelajari hal-hal baru di luar dirinya. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan agar seseorang dapat menjadi komunikator yang baik dan peka akan budaya, yaitu, pertama, mempelajari audiens termasuk budaya, tradisi dan norma-norma yang berlaku; kedua, komunikator secara aktif mendengarkan pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi tanpa membuat penilaian subjektif; ketiga, komunikator berusaha beradaptasi dengan pihak-pihak yang terlibat. Hal ini dapat dilakukan dengan menyesuaikan nada suara, bahasa, bahasa tubuh agar selaras dengan budaya lawan bicara; Keempat, menunjukkan empati dan rasa hormat saat berinteraksi dengan lawan bicara. Dengan sadar akan perbedaan budaya, menghargai perbedaan dan menjunjung sensitivitas budaya dalam interaksi, komunikator dapat menghindari kesalahpahaman (Sellnow et al., 2009).

## **D. RANGKUMAN**

Komunikasi yang berhasil adalah proses komunikasi yang dapat menciptakan, memindahkan pesan, informasi, dan ide dari komunikator kepada audiens sehingga tercipta pemahaman bersama. Faktor-faktor penentu keberhasilan komunikasi sangat bervariasi tergantung pada tujuan dan konteks komunikasi. Namun,

terdapat beberapa faktor penentu yang berlaku secara umum yang dapat dilakukan di berbagai konteks komunikasi. Faktor-faktor penentu berhasil tidaknya komunikasi dengan menggunakan pendekatan berbasis pesan meliputi, pertama, kesesuaian pesan, artinya pesan yang disampaikan harus disesuaikan dengan kebutuhan audiens dan sesuai dengan profil individu seperti nilai yang dianut, usia, pendidikan, dan sebagainya. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesalahpahaman; kedua, aksesibilitas pesan, apabila pesan tidak dapat diakses dengan baik, misalnya karena kendala bahasa dan keterbatasan media maka pesan yang disampaikan tidak akan sampai kepada audiens, artinya komunikasi tidak berhasil; ketiga, kredibilitas pesan, yaitu informasi-informasi terpercaya yang dapat mempengaruhi kepercayaan audiens terhadap komunikator. Sementara, faktor-faktor penentu kesuksesan komunikasi dengan pendekatan berdasar komunikator adalah kemampuan mendengarkan, empati, kemampuan komunikasi nonverbal, kepekaan akan budaya dan landasan etika. Apabila kedua faktor penentu ini dikombinasikan maka akan tercipta hubungan yang baik antar komunikator dan audiens sehingga lebih mudah membentuk pemahaman bersama.

## **E. TES FORMATIF**

1. Manakah yang bukan termasuk komponen “EMPATHY” yang diusulkan oleh Riess dan Kraft-Todd (2014)?
  - a. Postur tubuh
  - b. Nada bicara
  - c. Kontak mata
  - d. Ekspresi Bahagia
  - e. Mendengarkan
  - f. Memberikan timbal balik
  - g. Postur tertutup
  - h. Afeksi
  - i. Tatapan mata tidak melihat audiens

- j. Nada bicara menghakimi
2. Manakah yang termasuk dalam profil audiens yang harus diperhatikan oleh komunikator sebelum berkomunikasi?
- a. Usia
  - b. Pendidikan
  - c. Hobi
  - d. Cita-cita
  - e. Latar belakang ekonomi
  - f. Sikap
  - g. Perilaku
  - h. Norma
  - i. Nilai
  - j. Makanan favorit

## **F. LATIHAN**

1. Sebutkan dan jelaskan faktor-faktor penentu keberhasilan komunikasi menggunakan pendekatan berdasar pesan!
2. Sebutkan dan jelaskan faktor-faktor penentu keberhasilan komunikasi menggunakan pendekatan berdasar komunikator!

## DAFTAR PUSTAKA

- Aflaha, A., & Suhara, R. B. (2020). CMC Perspective Study: Community Empowerment Through the Use of Computer-Based Digital Media in the Village Government Public Relations Strategy. *Proceedings of the 1st Borobudur International Symposium on Humanities, Economics and Social Sciences (BIS-HESS 2019)*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.090>
- Ahmadi, D. (2008). Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar. *MediaTor*, 9(2), 301–316. <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/1115>
- Anisya Selvia, Desi Ernita Amru. 2020. *Buku Ajar komunikasi Efektif dalam Praktik Kebidanan*. Jakarta.
- Ansari, J. A. N., & Khan, N. A. (2020). Exploring the role of social media in collaborative learning the new domain of learning. *Smart Learning Environments*, 7(9), 1–16.
- Argyle, M. (1972). *Non-verbal communication in human social interaction*.
- Babatunde, O. (2013). Importance of Effective Communication in Public Organisations. *Issues in Social Science*, 3(2), 78. <https://doi.org/10.5296/iss.v3i2.8596>
- Baloch, M. A., Ozturk, I., Bekun, F. V., & Khan, D. (2021). Modeling the dynamic linkage between financial development, energy innovation, and environmental quality: Does globalization matter? *Business Strategy and the Environment*, 30(1), 176–184. <https://doi.org/10.1002/bse.2615>
- Bambaeeroo, F., & Shokrpour, N. (2017). The impact of the teachers' non-verbal communication on success in teaching.

*Journal of Advances in Medical Education & Professionalism*,  
5(2), 51–59.  
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/28367460>  
<http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC5346168>

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1979). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Penguin Books.

Bodie, G. D., St. Cyr, K., Pence, M., Rold, M., & Honeycutt, J. (2012). Listening competence in initial interactions I: Distinguishing between what listening is and what listeners do. *International Journal of Listening*, 26(1), 1–28.

Bowden, 2010, *Body Language*, McGraw Hill, New York, USA

Burgoon, J. K., Manusov, V., & Guerrero, L. K. (2021). *Nonverbal communication*. Routledge.

Chen, J., & Wang, Y. (2021). Social media use for health purposes: Systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, 23(5), 1–16. <https://doi.org/10.2196/17917>

Cherry, K. MEd, 2023, *Types of Nonverbal Communication* ,  
<https://www.verywellmind.com/types-of-nonverbal-communication>

Coelho, M., & Menezes, I. (2021). University Social Responsibility, Service Learning, and Students' Personal, Professional, and Civic Education. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.617300>

Craig, R. T., & Muller, H. L. (2007). *Theorizing Communication: Readings Across Traditions*. Sage Publications, Inc.

Crisianita, S., & Mandasari, B. (2022). THE USE OF SMALL-GROUP DISCUSSION TO IMPROVE STUDENTS' SPEAKING

SKILL. *Journal of English Language Teaching and Learning*, 3(1), 61–66. <https://doi.org/10.33365/jeltl.v3i1.1680>

Curtis, M. (2020). Toward understanding secondary teachers' decisions to adopt geospatial technologies: An examination of Everett Rogers' diffusion of innovation framework. *Journal of Geography* 119, no. 5, 147-158.

David K Berlo. (1960). *The process of communication: an introduction to theory and practice*. Holt, Rinehart and Winston,.

De Saussure, L., & Rocci, A. (2016). *Verbal communication: An introduction*. Mouton de Gruyter.

Delliana, S. (2021). Bingkai Kehidupan Janda Meneropong Dari Kacamata Dramaturgi. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 11(2), 113–125. <https://doi.org/10.35814/COVERAGE.V11I2.1818>

Delliana, S., & Wibowo, A. M. (2023). *Komunikasi Seksual: Dialektika Relasional Pasangan Suami Istri*. Inara Publisher.

Desak Putu, 2016, *Komunikasi Verbal dan Non Verbal*, Modul, Program Studi Kesehatan Masyarakat, Universitas Udaya, Bali

Deveci, T., & Nunn, R. (2018). Intrapersonal Communication As a Lifelong Learning Skill in Engineering Education. *Yuksekogretim Dergisi*, 8(1), 68–77. <https://doi.org/10.2399/yod.17.009>

DeVito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication Book* (14th ed.). Pearson.

DeVito, J. A. (2018). *Human Communication* (14th ed.). Pearson.

DeVito, J. A. (2022). *The Interpersonal Communication Book* (16th ed.). Pearson.

Dotzler, B. J. (2020). Shannon, Claude Elwood / Weaver, Warren: The Mathematical Theory of Communication. In *Kindlers Literatur Lexikon (KLL)* (pp. 1–2). J.B. Metzler. [https://doi.org/10.1007/978-3-476-05728-0\\_22975-1](https://doi.org/10.1007/978-3-476-05728-0_22975-1)

Eaves, M., & Leathers, D. G. (2018). Successful Nonverbal Communication. In *Routledge* (5th ed.). <https://doi.org/10.4324/9781315662657>

Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.

Effendy, O. U. (2006). *Komunikasi; Teori dan Praktek* (T. Surjaman, Ed.; 20th ed.). PT. Remaja Rosdakarya.

Eliza, T. (2019). Strategi Umpan Balik Sebagai Alternatif Strategi Pembelajaran; Penerapan dan Tantangan. *Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 7(2), 170–174.

Erikson, Erik. H. (1968). *Identity: Youth and Crisis*. W. W. Norton.

Finnegan, R. (2014). *Communicating*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315869872>

Folger, J. P., Poole, M. S., & Stutman, R. K. (2021). *Working Through Conflict*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003027232>

Freimuth, V., Linnan, H. W., & Potter, P. (2000). Communicating the Threat of Emerging Infections to the Public. *Emerging Infectious Diseases*, 6(4), 337–347. <https://doi.org/10.3201/eid0604.000403>

Gerbner, G. (1956). Toward a general model of communication. In *Audio visual communication review* (pp. 171–199).

Gomber, P., Kauffman, R. J., Parker, C., & Weber, B. W. (2018). On the Fintech Revolution: Interpreting the Forces of Innovation,

Disruption, and Transformation in Financial Services. *Journal of Management Information Systems*, 35(1), 220–265. <https://doi.org/10.1080/07421222.2018.1440766>

Grice, H. P. (1975). *Logic and conversation*. Brill, 41-58.

Griffin, E. M. (2022). *A first look at communication theory*. McGraw-Hill.

Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). A First Look at Communication Theory. In *McGraw-Hill Education* (Tenth). McGraw Hill Education. <https://doi.org/10.4324/9781315684635-12>

Hadikurnia, Muhammad Trisna. 2019. *147 Strategi Komunikasi Lingkungan Kelompok Masyarakat Peduli Alam Sekitar (Kempas) Dalam Mengelola Ekowisata Mangrove Desa Sebauk Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis*. JJOM FISIP Vol 6.

Hall, T. E. (1976). *Beyond Culture* (Vol. 1989).

Hargie, O. (2021). *Skilled Interpersonal Communication*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003182269>

Hargie, O., & Hargie, O. (2019). *The handbook of communication skills*.

Harizan Zan Pieter. Pengantar komunikasi dan Konseling. Jakarta: Penerbit. Kencana Prenada Media Grup. 2012.

Hasan, A. (2010). Komunikasi Kesehatan. In S. Notoadmodjo (Ed.), *Promosi Kesehatan: Teori dan Aplikasi* (Revisi, pp. 142–178). Rineka Cipta.

Heath, R. L. (2020). *Management of Corporate Communication*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003064046>

Hecht, M. L., & Lu, Y. (2014). Communication Theory of Identity. In *Encyclopedia of Health Communication* (pp. 225–227). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781483346427.n85>

Heru, A. (2018). Gaya Bahasa Sindiran Ironi, Sinisme dan Sarkasme Dalam Berita Utama Harian Kompas. *Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 8(2), 43–54.

Hikmah, Nurul, 2010, *Komunikasi Nonverbal*, Unikom, Bandung

Hojat, M. (2016). *Empathy in Health Professions Education and Patient Care*. Springer.

Ikhtiyorovna, K. G. (2023). MASTERING THE ART OF EFFECTIVE SPEAKING AND READING: STRATEGIES FOR IMPROVING SPEAKING AND READING SKILLS. *International Journal Of Literature And Languages*, 3(10), 32–38.

Jacob, C., Mathiasen, L., & Powell, D. (2010). Designing effective messages for microbial food safety hazards. *Food Control*, 21(1), 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2009.04.011>

Jensen, K. B. (2022). *Media Convergence*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003199601>

Keliat, B. A. (1992). *Gangguan Konsep Diri*. EGC.

Laksana, M. O., & Nurhaliza, N. (2023). The Impact of Communication Ethics on The Communication Quality in Interpersonal Relationships. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 3(5), 989–995. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v3i5.815>

Li, L., Gow, A. D. I., & Zhou, J. (2020). The Role of Positive Emotions in Education: A Neuroscience Perspective. *Mind, Brain, and Education*, 14(3), 220–234. <https://doi.org/10.1111/mbe.12244>

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Teori Komunikas* (9th ed.). Salemba Humanika.

lumer, H. (2017). The nature of symbolic interactions. *In Communication Theory*, 102-120.

Luna Scott, C. (2015). *The Futures of Learning 2: What Kind of Learning for the 21st Century?* UNESCO.

Mahr, D., & Huh, J. (2022). Technologies in service communication: looking forward. *Journal of Service Management*, 33(4/5), 648–656.

Marryono Jamun, Y., A Wejang, H. E., Ngalu, R., Studi PGSD STKIP Santu Paulus Ruteng, P., & Ahmad Yani, J. (2019). *Pengaruh Penggunaan Gadget Terhadap Pola Interaksi Sosial Siswa SMA di Kecamatan Langke Rembong*.

McComas, K. A. (2003). Citizen Satisfaction with Public Meetings Used for Risk Communication. *Journal of Applied Communication Research*, 31(2), 164–184. <https://doi.org/10.1080/0090988032000064605>

McGregor, S. C. (2020). Taking the temperature of the room” how political campaigns use social media to understand and represent public opinion. *Public Opinion Quarterly* 84, no. S1, 236-256.

Mcquail, D. (2011). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications Ltd.

Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, and Society: From the Standpoint of a Social Behaviorist*. The University of Chicago Press.

Mehrabian, A. (2017). *Nonverbal communication*. Routledge.

Millar, R., & Tracey, A. (2009). The interview approach. *In Auditing Organizational Communication*. Routledge.

Miller, K. (2005). *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts* (2nd ed.). Mc. Graw-Hill Companies, Inc.

Muhid, A., & Wahyudi, W. E. (2020). *Interaksi Simbolik. Teori dan Aplikasi dalam Penelitian Pendidikan dan Psikologi* (1st ed.). Madani.

Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Muchlis, Ed.; 8th ed.). PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Dedi, 2019. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT Rosda Karya, Bandung .

Neuliep, J. W. (2021). *Intercultural communication: A contextual approach*. Sage Publications.

[Nova Riana, dkk. 2024. \*Pengantar Ilmu Komunikasi\*. Jambi : PT Sonpedia Publishing Indonesia.](#)

Novi, V., 2010, *Memahami Komunikasi Non Verbal: Pengertian Hingga Tips*, <https://www.qramedia.com/literasi/komunikasi-nonverbal/>

Nuryanto, G., Sariyati, S., Kuncoroyakti, Y. A., & Fajar, A. M. (2024). Institute of Dedication to the State in the Study of Organizational Communication Patterns. *Review: Journal of Multidisciplinary in Social Sciences*, 1(02), 1–15. <https://doi.org/10.59422/rjmss.v1i02.253>

O'Rourke, J. S. (2022). *Effective Communication*. In *Dorling Kindersley Limited*.

Parvanta, C. F., & Bass, S. B. (2020). *Health Communication: Strategies and Skills for A New Era*. In *Jones & Barlett Learning*.

Pearson, J. C., Dewitt, L., Child, J. T., Kahl, D. H., & Dandamudi, V. (2007). *Facing the Fear: An Analysis of Speech-Anxiety Content in Public-Speaking Textbooks*. 769425829. <https://doi.org/10.1080/08824090701304923>

Planer, R., & Sterelny, K. (2021). *From signal to symbol: the evolution of language*. Cambridge: MIT Press.

Purwadi, I. A. (2020). Pengaruh Pemberian Umpan Balik dari Teman Sejawat terhadap Kemampuan Berfikir Kritis dan Komunikasi Matematis. *Jurnal Pendidikan Matematika Undiksha*, 11(1), 63–72.

Rani, K. U. (2016). Communication barriers. *Journal of English Language and Literature*, 3(2), 74–76.

Razali, G., Andamisari, D., Putranto, A., Ambulani, N., Sanjaya, F., & Deryansyah, A. D. (2023). Pelatihan Public Speaking Dalam Meningkatkan Komunikasi Sosial. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2, 47.

Riess, H., & Kraft-Todd, G. (2014). E.M.P.A.T.H.Y.: A tool to enhance nonverbal communication between clinicians and their patients. *Academic Medicine*, 89(8), 1108–1112. <https://doi.org/10.1097/ACM.0000000000000287>

Robins, R. (1997). *A short history of linguistics*. London: Routledge.

Rogers, C. R. (1957). The necessary and sufficient conditions of therapeutic personality change. *Journal of Consulting Psychology*, 1(2), 95–103.

Sadiyah El Adawiyah, dkk, 2021, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Nuta Media, Yogyakarta

Saktisyahputra, Evitha, Y., Novita Sari, S., Suprayitno, D., & Irrianda, J. (2023). Digital Communication Management Government of the Republic of Indonesia for Inclusive and Sustainable Economic Recovery in Indonesia. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i12.13710>

Schiavo, R. (2007). Health Communication: From Theory to Practice. In *Jossey-Bass*. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2212339/>

Schramm, W. (2001). How Communication Works. In *Marketing: Critical Perspectives on Business and Management* (pp. 357–367). Taylor and Francis Group.

Sellnow, T. L., Ulmer, R. R., Seeger, M. W., & Littlefield, R. S. (2009). Effective Risk Communication: A Message-Centered Approach. In *Springer*.

Shannon, & Weaver. (1948). *Shannon and Weaver Model of Communication*. <https://www.communicationtheory.org/shannon-and-weaver-model-of-communication/>

Solomon, D., & Theiss, J. (2022). *Interpersonal Communication*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351174381>

Sonnenburg, S. (2004). Creativity in Communication: A Theoretical Framework for Collaborative Product Creation. *Creativity and Innovation Management*, 13(4), 254–262. <https://doi.org/10.1111/j.0963-1690.2004.00314.x>

Sorbin, T. R. (1998). Harré, Rom and Gillett, Grant (1994) *The Discursive Mind*. London: Sage, viii+192 Pages, \$17.50 (Paper), \$39.95 (Cloth). *American Journal of Clinical Hypnosis*, 40(3), 253–255. <https://doi.org/10.1080/00029157.1998.10403434>

Suprayitno, D. (2023a). Analysis Of Customer Purchase Interest In Digital Marketing Content. *Journal of Management*, 3(1), 171–175. <https://myjournal.or.id/index.php/JOM>

Suprayitno, D. (2023b). The Influence Of Leadership On Employee Performance. *Social Science*, 1(2), 87–91.

Suprayitno, D., Iskandar, S., Dahurandi, K., Hendarto, T., & Rumambi, F. J. (2024). Public Policy In The Era Of Climate Change: Adapting Strategies For Sustainable Futures. *Migration Letters*. [www.migrationletters.com](http://www.migrationletters.com)

Tannen, D. (2005). *Conversational style: Analyzing talk among friends*. Oxford University Press.

Teixeira, M. M., & Rocha, Á. (2018). From aristotle to Teixeira: From rhetoric to online communication. *Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*, 1-8.

Tidwell, L. C., & Walther, J. B. (2002). Computer-Mediated Communication Effects on Disclosure, Impressions, and Interpersonal Evaluations: Getting to Know One Another a Bit at a Time. *Human Communication Research*, 28(3), 317–348. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2002.tb00811.x>

<https://doi.org/10.37547/ijll/Volume03Issue10-06>

Umeozor, S. N. (2020). Information retrieval: a communication process in the 21st century library. *International Journal of Knowledge Content Development & Technology* 10, no. 2, 7-18.

Vardiansyah, D., & Delliana, S. (2020). The Impact of Digital Labor: Innovation or Exploitation?(Critical Perspective of Christian Fuchson Economy Politics of Social Media). *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(5s), 620–625.

Vitiasaridessy, F., & Roudhotul, S. (2018). *Komunikasi dan Konseling* (1st ed., Vol. 1). Pustaka Panasea.

Yücel, E., & Dincer, D. (2024). Transformative power of friendships: Examining the relationships among friendship quality, self-change, and well-being. *Personal Relationships*. <https://doi.org/10.1111/pere.12536>

Yuningsih, A. (2006). Implementasi Teori Konstruksi Sosial dalam Penelitian Public Relations. *MediaTor*, 7(1), 59–70.

Yunis, M. A. (2019). Language of social media: An investigation of the changes that soft media has imposed on language use. *9th International Research Conference on Education, Language and Literature. IRCEELT*, 309–314.

## TENTANG PENULIS



### **Dr. Degdo Suprayitno**

Ketua Program Studi Manajemen Logistik, Fakultas Ilmu Sosial dan Manajemen, Institut STIAM, Jakarta. *Visiting Professor* program Universitas Muhammadiyah Malang periode 2023-present. Telah berpengalaman lebih dari 20 tahun dalam bidang *Ship Management, Sea Transportation, Logistics*. Aktif diberbagai organisasi profesi seperti INSA (Indonesia Shipowner Association), PRAMARIN (*Indonesian Maritime Practitioner*), IARSI (*Indonesian Supply Chain Expert Association*), ALI (*Indonesian Logistics Association*) dan ISLI (*Indonesian Institute of Supply Logistics and Supply Chain*), Member of AMCA No. A2.24.62.943 (*Association of Muslim Community in ASEAN*) meraih berbagai sertifikasi dan pelatihan didalam dan luar negeri. BNSP Assessor No. MET.000.000067 *Warehousing Systems, Internal Auditor Quality Management System ISO 9001:2008; ISO 9001:2015; Management System & Occupational Safety ISO 14001:2015 and OHSAS 18001:2007. ISM & ISPS code.*



### **Dr. Santi Delliana, S.Sos., M.I.Kom.**

Nama Santi Delliana, memiliki arti yang mendalam. Nama ini menggambarkan sosok yang tenang dan memiliki kemauan kuat. Nama yang disematkan sebagai untaian do'a dari kedua orang tuanya Almarhum Djoko Prakoso dan Fransisca Sumiyati ketika putri sulung mereka lahir pada tanggal 10 Agustus 1981. Kota Klaten yang tenang dan sejuk menjadi tanah kelahiran Santi. Santi saat Sekolah Dasar

dibesarkan bersama adik laki-lakinya Petrus Nanda Agung Dewantara hanya oleh seorang Ibu dan dalam lingkungan keluarga yang senang membaca. Sang Ayah berprofesi sebagai penulis buku tentang hukum dan ibu seorang pegawai negeri sipil. Dunia tentang buku sudah dikenalnya sejak kecil, Sang Ibu selalu mengajak Santi untuk mengunjungi perpustakaan. Kecintaan Santi pada buku dan perpustakaan ditunjukkan lewat jalur pendidikan, mulai D3 Universitas Indonesia di tahun 1999, lulus S1 pada tahun 2006 dan Pendidikan Magister Ilmu Komunikasi pada tahun 2016 dengan bidang ilmu Informasi dan Perpustakaan, Fakultas Komunikasi Universitas Padjajaran. Lebih dari itu, Santi sudah menekuni profesi sebagai Pustakawan sejak Tahun 2002. Saat ini, Santi mendapatkan kepercayaan menjadi Editorial Boards pada Jurnal Efisiensi di Universitas Negeri Yogyakarta, Jurnal Ilmiah di Publipreneur Polimedia Jakarta, Jurnal Valuasi (JV) Universitas Bina Bangsa, dan Jurnal FPPTI Pusat. Selain itu Santi juga mendapatkan sertifikasi pada Penulis Non Fiksi, Sertifikasi Pustakawan dan Asesor Kompetensi Pustakawan. Santi juga mengikuti beberapa program sertifikasi yang mendukung kompetensi pustakawan seperti Mendeley Advisor dan Scopus Certification serta telah mengantarkan Perpustakaan Kalbis mendapatkan Akreditasi A pada tahun 2019 dengan sokongan 7 pustakawan yang tersertifikasi pustakawan.

Tak bisa dipungkiri kemampuan literasi yang dimiliki sebagai pustakawan juga mengantarkan Santi menjajaki karir sebagai dosen. Dosen tetap dengan jabatan Asisten Ahli di Program Studi Ilmu Komunikasi baru dijalannya sejak Tahun 2019 di Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis. Sebagai seorang dosen, Santi mulai tertarik untuk mendalami komunikasi antar pribadi khusus komunikasi seksual. Hal ini dilatarbelakangi oleh banyaknya fenomena komunikasi seksual yang ditemui. Dan ini yang mendorong Santi untuk membuka kanal komunikasi yang diberi nama 'Bincang Intim' di Instagram dan Youtube. Predikat sebagai 'Tante Intim' melekat pada sosok Santi Delliana, karena

ketertarikannya pada penelitian-penelitian tentang komunikasi seksual pasangan suami isteri. Hal inilah yang menjadi penguat langkahnya untuk mengambil Pendidikan Doktoral di Sekolah Pasca Sarjana Universitas Sahid dan menyelesaikan disertasi dengan judul penelitian “Komunikasi Seksual, Dialektika Relasional Pasangan Suami Isteri”. Lebih dari itu, tema tentang Pendidikan seksual memberi kesempatan Santi menjadi pembicara di beberapa sekolah. Selain itu, isteri dari Antonius Mulyono Wibowo ini juga aktif menulis artikel ilmiah baik secara personal maupun berkolaborasi. Selain dari inovasi yang dikembangkan di perpustakaan, Santi juga menulis beberapa artikel ilmiah diantaranya Pemanfaatan Google Form Dan Google Spreadsheet Di Learning Resource Center (Lrc) Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis; Bingkai Kehidupan Janda: Meneropong dari Kacamata Dramatugi; Self-Disclosure Generasi Z di Twitter; Bigo Live: Ethical Degradation in Communication (A Critical Study of Communication in a Computer-Mediated Communication Perspective); Citizen journalism as postmodern journalism dan masih banyak lagi. Pada tahun 2022, Santi juga berhasil mendapatkan Hibah Penelitian dari Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi dengan skema penelitian Penelitian Disertasi Doktor (PDD) dan Penelitian Dosen Pemula.

Santi, selain aktif dalam pengajaran dan penelitian, juga menjalankan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di bidang perpustakaan dan komunikasi. Bersama dengan tim yang terdiri dari pustakawan, dosen, dan mahasiswa, Santi telah melaksanakan PKM di berbagai lokasi, termasuk SMA Cikal Harapan 2 di Bogor, SMK Spes Patriae di Sunter, SD Al-Azhar di Yogyakarta, dan SMA Pax Patriae di Bekasi. Selain itu, mereka juga mengunjungi SMA Angkasa 2 di Jakarta Timur, Sekolah Bahasa Online, dan Perpustakaan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta. Tidak hanya itu, Santi dan timnya juga aktif di SMA Putri Nirmala di Cirebon, SMA Kemurnian 2 di Jakarta, serta SMAK 1 Ricci di Jakarta. Selain sekolah, mereka juga terlibat dalam kegiatan di

Pokdarwis Paniis Lestari di Pandeglang dan PKM Merajut Nusantara di Belitung Timur. Tak hanya di bidang pendidikan, mereka juga memberikan kontribusi di RSIA Bina Medika di Bintaro, Jakarta, dan Panti Asuhan Yayasan Abas di Bogor. Sambil terus menjalin networking dan kolaborasi, Santi diamanahkan menjadi Humas dan Promosi selama 2 periode pada kepengurusan FPPTI DKI dan menjadi tim publikasi dan jurnal ilmiah periode kepengurusan FPPTI Pusat. Beberapa kali Santi juga diundang menjadi pembicara dalam Bimbingan Teknis Pengembangan Perpustakaan Perguruan Tinggi yang diselenggarakan beberapa kali oleh Perpustakaan Nasional. Teruslah menjadi pembelajar sampai akhir hayat. Semangat.

### **Dr. Michael Adhi Nugroho, MBA.**

lahir di Jakarta, 25 Mei 1982, penulis mencintai dunia komunikasi, ekonomi, dan filosofi. Minat penulis terhadap ilmu marketing sudah dirasakannya sejak dini. Penulis mulai belajar dunia marketing secara autodidak dari buku-buku tentang pemasaran milik ayahnya. Hal itu semakin menguatkan keinginannya mempelajari komunikasi pemasaran secara lebih detail. Khusus untuk mendapatkan ilmu komunikasi pemasaran, penulis mengambil Program Studi Diploma di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi- Institut Teknologi Komunikasi Pemasaran. Selanjutnya, penulis meneruskan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi di Universitas Gotong Royong Jurusan Ekonomi sambil bekerja di majalah teknologi komunikasi CHIP, Group Kompas Gramedia. Setelah meraih gelar Master, penulis tercatat pernah menjadi pengajar paruh waktu di Universitas Indonesia (UI) pada September 2017 hingga Juli 2018 dan juga pernah mengajar di ITKP Jakarta pada September 2008 sampai dengan Juli 2019. Penulis kini mengajar di Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) dan London School of Public Relation. Penulis meraih gelar Doktor Ekonomi di Universitas Borobudur dan mengajar Ilmu Komunikasi Bisnis, Pemasaran Digital, Manajemen Pemasaran, Manajerial Ekonomi, E-commerce, hingga Perencanaan Keuangan Perusahaan



### **Anah Sugihanawati, Am.Kep, M.Pd**

Seorang Penulis dan Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Budi Kemuliaan Prodi Sarjana Kebidanan dan Pendidikan Profesi Bidan. Lahir di Indramayu pada tanggal 12 Juli 1970. Penulis merupakan anak kedua dari lima bersaudara, sudah berkeluarga dan telah memiliki tiga orang Putri. Penulis telah menyelesaikan pendidikan Diploma Tiga Keperawatan di Akademi Perawat Islam As-Syafiiyah Jakarta, telah menamatkan pendidikan program Sarjana (S1) di Universitas Negeri Jakarta (UNJ) dan telah menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Universitas Negeri Jakarta (UNJ) prodi Manajemen Pendidikan.



### **Wiwik Eko Pertiwi, S.KM, M.KM**

Merupakan dosen pada Program Studi Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Faletehan Serang Propinsi Banten. Lahir pada tanggal 29 September 1977 di Pati Jawa Tengah. Menyelesaikan Pendidikan D3 di Hiperkes dan KK Universitas Sebelas Maret Surakarta, S1 tahun 2002 dan S2 tahun 2011 dari Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia Depok. Sejak tahun 2003 telah menjadi Dosen Program Studi Kesehatan Masyarakat pada Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Faletehan yang pada saat ini telah menjadi Universitas Faletehan. Mulai tahun 2008 telah melakukan penelitian yang terkait dengan Kesehatan masyarakat, serta menulis Monograf yang berjudul *Media Promosi Kesehatan dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Hidup Bersih dan Sehat Siswa Sekolah Dasar* tahun 2020. Menulis *Book Chapter* Promosi Kesehatan: *Strategi Promosi Kesehatan* (2024). Beberapa hasil

penelitian telah dipublikasikan Jurnal Internasional Bereputasi, Jurnal Nasional Terakreditasi dan Jurnal Ilmiah lainnya, Diantaranya [The roles of health-promoting media in the clean and healthy living behavior of elementary school students](#). [The Roles of Knowledge and Perceptions in Covid-19 Transmission Prevention Behavior](#), [Prevalence and Factors Associated With Personal Hygiene Practice Among Students at Boarding School in Indonesia](#) serta masih banyak lagi publikasi lainnya.



**Dr. Saktisyahputra, S.I.Kom., M.I.Kom**

Lahir di Jakarta pada tanggal 9 Mei 1987 merupakan salah satu tenaga pendidik (Dosen Tetap Manajemen Komunikasi) di Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM I Jakarta berpangkat akademik Lektor (L) 200. Menyelesaikan pendidikan sarjana S-1 pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof.Dr.Moestopo (Beragama) Jakarta konsentrasi Jurnalistik pada tahun 2009. Lalu menyelesaikan studi Magister Ilmu Komunikasi S-2 di Universitas Prof.Dr.Moestopo (Beragama) Jakarta konsentrasi Humas pada tahun 2016. Kemudian menyelesaikan studi Doktoral Ilmu Komunikasi S-3 di Universitas Sahid Jakarta konsentrasi Komunikasi Korporasi pada tahun 2023. Penulis juga menjabat sebagai Ketua Program Studi Manajemen Komunikasi di Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM I sejak 3 Juni 2021 hingga saat ini. Sejak di angkat menjadi pendidik di bawah naungan Kementrian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi (Kemristek Dikti) RI, keinginannya untuk selalu memberikan yang terbaik untuk anak didiknya terus menerus tumbuh. Ditambah dengan hobi membaca buku, terutama buku-buku tentang komunikasi membuatnya sangat *concern* terhadap perkembangan setiap anak didik dan peserta *trainingnya*. Sejak tahun 2012, Alumni SMAN 31 Jakarta tahun 2005 ini aktif sebagai

Coach, Trainer, Motivator, *Public Speaker*, Da'i, Penceramah, Pengajar Privat, Guru Ngaji dan Pendongeng serta *Islamic Story Teller* dalam dunia pendidikan. Alumni SMPN 74 Jakarta tahun 2002 ini juga sebagai Kepala Sekolah Trainer dan Motivator Indonesia (STMI) aktif menyelenggarakan Pelatihan STMI selama 11 tahun, 311 Angkatan (*Batch*) di 60 Kabupaten dan Kota, 23 Provinsi se-Indonesia dengan 10.300 Alumni STMI se-Asia. Di sela-sela kesibukannya, Alumni Akademi Trainer Bapak Jamil Azzaini ini juga aktif menyampaikan ilmu lewat *Channel Youtube* : Sakti Nabil dengan 3.440 *subscribe* hingga saat ini dan aktif menulis dan mempublikasi 17 artikel penelitian di Jurnal Nasional dan Internasional, menulis 22 buku dan mempublikasi 17 tulisan di portal berita *online* nasional.

Penulis bisa di hubungi melalui:

Email : Saktinabil@gmail.com  
Facebook : Sakti Nabil  
Instagram : Sakti Nabil  
X : @Sakti\_STMI  
Whatsapp : 0812 8328 8353  
Telegram : Saktisyahputra  
Website : www.saktisyahputra.com



**dr. Rudy Dwi Laksono, Sp.PD, M.Ked (PD),  
FINASIM, SH, MH, MARS, M.Psi**

Seorang Penulis dan Dosen Fakultas Kedokteran Universitas Jendral Ahmad Yani Cimahi. Lahir di Madiun Jawa Timur pada tanggal 18 Februari 1970. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Siti Fathonah dan Suwito Jasin. Ia menamatkan pendidikan program Sarjana (S1) dan profesi dokter di Fakultas Kedokteran Universitas Airlangga dan lulus pada tahun

1996. Menempuh Pendidikan Spesialis Penyakit Dalam dan Magister Kedokteran di Universitas Sumatera Utara dan lulus pada tahun 2011. Pendidikan Magister Administrasi Rumah Sakit di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta lulus pada tahun 2021 dan Magister Hukum peminatan Hukum Kesehatan di Universitas Soegijapranata Semarang pada tahun 2021, Magister Psikologi peminatan Psikologi Klinis di Universitas Semarang lulus pada tahun 2023 dan Sarjana Hukum di Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Dharma Andigha pada tahun yang sama. Saat ini sedang menjalani Program Doktor di Universitas Merdeka Malang dengan peminatan Manajemen Sumber Daya Manusia dan Magister Ilmu Komunikasi peminatan Komunikasi Kesehatan di Universitas Islam Bandung.



**Agustrijanto, SH., MIKom.**

Seorang penulis dan dosen tetap Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Kalbis di Jakarta. Agustrijanto menyelesaikan studi Strata 1 nya di Fakultas Hukum (*International Law*) di Universitas Padjadjaran Bandung (1998) dan melanjutkan Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi di Universitas YAI Jakarta pada 2011. Semasa kuliah menjadi *scriptwriter* dan *announcer* di Paramuda FM Bandung (1992 – 1997). Menekuni bidang *copywriter* dan *advertising* di Kreta Visual Komunika Bandung, menerbitkan buku *Copywriting – Seni Memahami Bahasa Iklan* (2000) di Rosda Karya Bandung, dan menciptakan sejumlah karya fiksi. Menekuni bidang mediasi (*Alternative Dispute Resolution – ADR*) dan memperoleh beasiswa pelatihan mediasi ke Gakushuin University di Tokyo Jepang (2011).

*Research Interest: Advertising, Copywriting, Legal Communication, Public Relations and Conflict Resolution.*

*Affiliated: Japan Indonesia Law Association – JILA, ASPIKOM, ISKI DKI Jakarta. Contact : agustrijanto@kalbis.ac.id*



**Dr. Anita Rosana, BA. MA.**

Penulis saat ini adalah dosen tetap Fakultas Ilmu Komunikasi Institut LSPR, Jakarta. Pendidikan terakhir adalah program Doktor (S3) Ilmu Komunikasi Universitas Sahid, Jakarta. Jenjang pendidikan Master of Arts (S2) jurusan Media and Communication ditempuh di Birmingham City University, UK, dan Bachelor of Arts (S1) jurusan Media and Communication di Central Queensland University di Melbourne, Australia. Sebelum menjadi dosen, penulis adalah praktisi di bidang media komunikasi dan *production house* di Jakarta. Minat penelitian adalah di bidang media dan budaya populer.



**Nadia Zahara, S.IP., M.M., M.I.Kom.**

Penulis yang lahir di Surabaya pada tahun 1986 ini menyelesaikan pendidikan program Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Airlangga Surabaya, program studi Hubungan Internasional. Selanjutnya, penulis melanjutkan studi Pasca Sarjana (S2) di Universitas Indonesia dengan konsentrasi manajemen pemasaran dan di Binus *Graduate Program* dengan konsentrasi Ilmu Komunikasi. Saat ini, penulis tengah menempuh studi doktor Ilmu Komunikasi di Universitas Hassanudin, Makassar. Penulis telah menulis beberapa artikel di jurnal bereputasi internasional dan terindeks Scopus mengenai

perilaku individu dalam konteks komunikasi kesehatan dan komunikasi pemasaran

**Penerbit :**

PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Buku Gudang Ilmu, Membaca Solusi  
Kebodohan, Menulis Cara Terbaik  
Mengikat Ilmu. Everyday New Books

**SONPEDIA.COM**  
**PT. Sonpedia Publishing Indonesia**

**Redaksi :**

Jl. Kenali Jaya No 166

Kota Jambi 36129

Tel +6282177858344

Email: [sonpediapublishing@gmail.com](mailto:sonpediapublishing@gmail.com)

Website: [www.buku.sonpedia.com](http://www.buku.sonpedia.com)