



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA

Jl. PGRI I Sonosewu No. 117 Yogyakarta - 55182 Telp (0274) 376808, 373198, 373038 Fax. (0274) 376808

E-mail : info@upy.ac.id

PETIKAN

KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA

Nomor : 111.1/SK/REKTOR-UPY/IX/2025

Tentang

PENGANGKATAN DOSEN PENGAMPU MATA KULIAH SEMESTER GASAL
TAHUN AKADEMIK 2025/2026 DI LINGKUNGAN UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
REKTOR UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA

Menimbang : dst.
Mengingat : dst.
Memperhatikan: dst.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : PENGANGKATAN DOSEN PENGAMPU MATA KULIAH SEMESTER GASAL TAHUN AKADEMIK 2025/2026
DI LINGKUNGAN UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA

- Pertama : Mengangkat Saudara yang namanya tersebut pada lajur 2 Lampiran keputusan ini sebagai Dosen Pengampu Mata Kuliah pada Semester Gasal Tahun Akademik 2025/2026.
- Kedua : Menugaskan kepada para Dosen Pengampu Mata Kuliah dimaksud untuk melaksanakan pembelajaran matakuliah sebagaimana tercantum pada lajur 3 lampiran keputusan ini dengan sebaik-baiknya dan kepada yang bersangkutan diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
- Ketiga : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan bahwa segala sesuatunya akan ditinjau kembali apabila terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

PETIKAN Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Yogyakarta
Pada tanggal : 08 September 2025
Rektor,

ttd

Prof. Dr. Ir. Paiman, M.P
NIS. 19650916 199503 1 0031

Untuk Petikan yang sah
Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan

Amirul Riyadi, S.Si, M.Kom
NIS. 19690214 199812 1 006

Tembusan disampaikan kepada :

1. Para Wakil Rektor
2. Para Dekan
3. Para Ketua Program Sarjana
4. Para Ketua Program Magister

Lampiran Keputusan Rektor Universitas PGRI Yogyakarta
 Nomor :111.1 /SK/REKTOR-UPY/IX/2025
 Tanggal : 08 September 2025

NO.	NAMA PENGAJAR & NIDN	MATA KULIAH	KODE MK	SKS	SEMESTER/ KELAS	PROGRAM
1. s.d 266						
267	Faqihuddin Al Anshori, S.T.,M.Kom 0525088902	Etika Profesi Kecakapan Antar Personal Paket Aplikasi Perkantoran Manajemen Layanan Teknologi Informasi Perilaku Organisasi	TKM11135 TKM11147 SI17107 SI17118 SI17126	2 2 2 2 2	III / A1, A2, B VII / A I / 17-25.A1 III / 17-24.A1 III / 17-24.A1	Program Sarjana Informatika Program Sarjana Informatika Program Sarjana Sistem Informasi Program Sarjana Sistem Informasi Program Sarjana Sistem Informasi
268 Dst.						



Rektor

ttd

Prof. Dr. Ir. Paiman, M.P
 NIS. 19650916 199503 1 003



Universitas PGRI Yogyakarta

Jl. PGRI I Sonosewu No. 117 Yogyakarta Telp. 0274-376808, 373198 Fax. 0274-37680

DAFTAR HADIR KULIAH

Program Studi : INFORMATIKA

Tahun Akademik : 2025/2026

Semester : GASAL

Dosen : FAQIHUDDIN AL ANSHORI, S.T., M.Kom

Kode Matakuliah : TKM11147

Matakuliah : KECAKAPAN ANTAR PERSONAL

Bobot : 2 SKS

Kelas : 22.A1

Semester : 7 (TIGA)

Hari : KAMIS

Pukul : 12.15 – 13.45

Ruang : 307 A

No	NP Mahasiswa	Nama mahasiswa	B/U/P	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Jumlah Hadir	%
				11/09/2025	18/09/2025	25/09/2025	02/10/2025	09/10/2025	16/10/2025	23/10/2025	30/10/2025	06/11/2025	12/11/2025	20/11/2025	27/11/2025	04/12/2025	10/12/2025	11/12/2025		
1	20111100011	ZULKIFLI	B	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	✓	12	78
2	20111100096	ARIS SAMSUDIN	B	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
3	22111100002	ANIVA INDRIANI HASANAH	B	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
4	22111100007	OBETH WATAFURAN	B	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	15	100
5	22111100019	MARSELUS BUNAI	B	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	15	100
6	22111100024	ADIP RAIHAN ASHIDIQ	B	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	15	100
7	22111100024	IKHSAN YOGI MALIOY	B	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	15	100
8	22111100046	NAZDAEN AKBAR NURURRAHMAN	B	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	15	100
9	22111100048	YUSUF ADE VIRDAUS	B	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	15	100
10	22111100057	DEDI PAMUNGKAS	B	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	15	100
11	22111100060	LIO XLANDRO R	B	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	15	100
12	23111100035	ZIDAN SATRIA TAMA PUTRA	B	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	15	100
13	23111100044	VISANG ARYA BANGGA	B	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	15	100
14	23111100059	MUHAMMAD ALL AMIN	B	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	15	100
15	23111100060	HILMI TAUFIQURRAHMAN	B	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	15	100
16	23111100069	FAJAR JUIS NURHUDA	B	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	15	100
17	25111100167	ADIL FADHILAH PURNAMA	B	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	15	100
TOTAL KEHADIRAN																				

Lembar 1 : Untuk Dosen

Lembar 2 : Untuk Arsip Program Studi



PRESENSI DOSEN MENGAJAR

TA.2024/2025 Sem. GASAL

Program Studi

:

INFORMATIKA

Mata Kuliah

:

KECAKAPAN ANTAR PERSONAL [TKM11147]

Bobot

:

2 SKS

Dosen

:

FAQIHUDDIN AL ANSHORI, S.T., M.Kom

Kelas

:

22.A1

Hari

:

KAMIS

Pukul












:

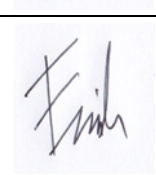
12.15 – 13-45

Ruang

:

307 A

Pert	Tanggal	Pokok Bahasan	Sub-Pokok Bahasan	Jml Mhs	Paraf
I	12/09/2024	Konsep Dasar Ketrampilan Intrapersonal	Definisi Komunikasi Interpersonal, Definisi Komunikasi Intrapersonal, dan Definisi Kecakapan Antar Personal	27	
II	19/09/2024	Konsep Dasar Ketrampilan Intrapersonal	Definisi Komunikasi Interpersonal, Definisi Komunikasi Intrapersonal, dan Definisi Kecakapan Antar Personal	27	
III	26/09/2024	Konsep Dasar Ketrampilan Intrapersonal (Lanjutan)	Kesadaran Diri (Self Awareness), Mengajarkan Memahami Orang Lain (Understanding Others), Mengembangkan Kemampuan Kerjasama Tim (Team Work)	27	
IV	03/10/2024	Konsep Dasar Ketrampilan Intrapersonal (Lanjutan)	Kesadaran Diri (Self Awareness), Mengajarkan Memahami Orang Lain (Understanding Others), Mengembangkan Kemampuan Kerjasama Tim (Team Work), Manajemen Diri (Self Management), Decision Making dan Problem Solving	27	
V	10/10/2024	Prinsip Dasar Komunikasi Efektif	Prinsip Dasar Komunikasi Efektif, Elemen-elemen dalam Model Proses Komunikasi, Efektivitas fungsional dan sosial	27	
VI	17/10/2024	Kerjasama Tim (Team Work)	Manfaat dan Fungsi Teamwork, enis Teamwork, Model Efektifitas Team Work	27	
VII	24/10/2024	Leadership (Kepemimpinan)	Mengenal Manusia, Pemimpin dan Kepemimpinan, Pengambilan Keputusan dalam Berbagai Situasi & Kondisi, Integritas, Pemimpin dan Etika	27	
VIII	30/10/2024	Manajemen Konflik	Definisi Konflik, Konlik dalam organisasi, Unsur-unsur konflik, Penyebab utama konflik, Manajemen Konflik, Kemampuan dan Peranan Pemimpin dalam Mengelola Konflik	27	
IX	06/11/2024	Penyelesaian Konflik	penanganan konflik, Cara mengatasi konflik, Hal-hal yang Perlu Diperhatikan Dalam Mengatasi Konflik	27	
X	13/11/2024	Manajemen Waktu Dalam Perencanaan Hidup Dan Karir	Definisi Karir, Tahapan-Tahapan Karir, Konsep Manajemen Karir, Perencanaan Karir	27	
XI	20/11/2024	Persiapan Kerja, Interview, Dan Presentasi	Persiapan Menghadapi Kerja, Persiapan Untuk Interview, Persiapan Untuk Presentasi, Pekerjaan Yang Sesuai, Kepribadian Untuk Memenangkan Sesuatu	27	

XII	27/11/2024	Antisipasi Menghadapi Kegagalan	Bersikap Sabar, Belajar dari Kesalahan dan Segera Bangkit, Melihat Kelemahan Diri	27	
XIII	04/12/2024	Antisipasi Menghadapi Kegagalan (Lanjutan)	Tidak Berburuk Sangka, Tumbuhkan Sikap Optimisme, Tidak Pernah Putus Asa	27	
XIV	10/12/2024	Keterampilan Manajerial Untuk Bisnis International	Bentuk Dasar Kepemilikan Bisnis, Pengertian keterampilan manajerial	27	
XV	11/12/2024	Keterampilan Manajerial Untuk Bisnis International (Lanjutan)	Tujuan dan manfaat	27	



PRESENSI UJIAN AKHIR SEMESTER GENAP

TAHUN AKADEMIK 2025/2026

Program Studi : INFORMATIKA
Mata Kuliah : KECAPAKAN ANTAR PERSONAL
Kode MK : TKM11147
Dosen : FAQIHUDDIN AL ANSHORI, S.T., M.Kom

Kelas : 22.A1
Ruang : 307 B
Hari/Tanggal : KAMIS, 08-01-2026
Waktu : 12.20 – 12:00

No	NPM	Nama Mahasiswa	B/U/P	Kehadiran	Nilai
1	22111100002	ANIVA INDRIANI HASANAH	P	-	E
2	24111100002	DANIA ZAHRA SURANTA	B	✓	A
3	24111100006	DEVA ANJELIANSYAH PUTRI	B	✓	A
4	24111100007	HILDA ADER FANESA	B	✓	A
5	24111000008	GALANG PASYA IBADURAHMAN	B	✓	A
6	24111100009	YOWA BERLIAN AKBAR	B	✓	A
7	24111100010	RIZKY ARDIANSYAH KURNIAWAN	B	✓	A
8	24111100011	LEKSA AULIA NURHAKIKI	B	✓	A
9	24111100016	BELASIUS BIN	B	✓	A
10	24111100018	REVALDY AMIMBAR	B	✓	A
11	24111100020	HIDAYAT NUR TRIYOGA	B	✓	A
12	24111100021	SELVIANA SAKERA	B	✓	A
13	24111100026	ALFARIZY PUTRA AGASI HANDARU	B	✓	A
14	24111100028	VIYAN DWI RANGGA	B	✓	A
15	24111100029	TEGAR ROMANSYAH	B	✓	A
16	24111100030	RINDY APRILIA	B	✓	A
17	24111100031	GABRIEL INTAN MEA	B	✓	A
18	24111100034	PRATIWI FAJAR RAHAYU	B	✓	A+
19	24111100035	AJENG SIVA ARDANI	B	✓	A
20	24111100036	FADLY HIKMAWAN	B	✓	A
21	24111100037	RIZAL ZARDERY PRABAWA PUTRA	B	✓	A
22	24111100038	NABIL ABID HIDAYATULLAH	B	✓	A
23	24111100039	NIDA'HIMMATIN SUROYA	B	✓	A
24	24111100044	MUHAMMAD KHAFID TAHTA HANI	B	✓	A
25	24111100045	NOVA AMANDA	B	✓	A+
26	24111100048	CANDRA WAHYU SETIAWAN	B	✓	A
27	24111100050	NAZHIF FAHREFI	B	✓	A+

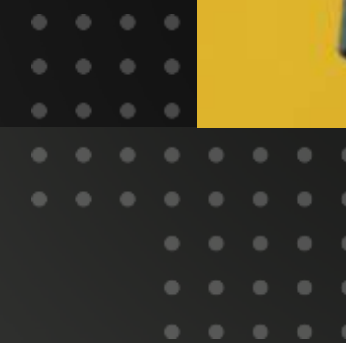
Yogyakarta, 08-01-2026

FAQIHUDDIN AL ANSHORI, S.T., M.Kom.

NIS. 198908252024011005

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
INFORMATIKA
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA

MATA KULIAH KECAKAPAN ANTAR PERSONAL



Presented by: **Mr. Faqihuddin Al Anshori, S.T.,**
M.Kom faqihuddinalanshori@upy.ac.id

25 Agustus 2025

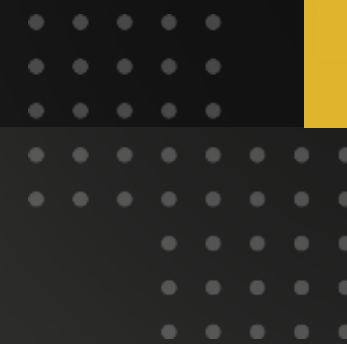
KONSEP DASAR KETRAMPILAN INTRAPERSONAL

Ketrampilan intrapersonal yang harus dimiliki setiap individu yaitu kesadaran diri (self awareness), mengajarkan memahami orang lain (understanding others), mengembangkan kemampuan kerjasama tim (team work), manajemen diri (self management), decision making dan problem solving, sifat dan model kepemimpinan.



A. Kesadaran Diri (Self Awareness)

Mengetahui kesadaran diri itu penting, memahami diri bukan hanya salah satu syarat untuk menjadi sukses akan tetapi merupakan syarat agar dapat bekerja bersama orang lain secara efektif. Untuk dapat bekerjasama dengan oranglain perlu mengetahui motivasi, kebutuhan, gaya kerja, kemampuan, dan batas kemampuan orang yang bekerjasama dengan kita. Kesadaran diri (self awareness) atau pengetahuan diri adalah langkah awal agar kita dapat bekerja dengan efektif



“yang menentukan kualitas hidup bukanlah seberapa banyaknya pengalaman tetapi seberapa banyaknya kesadaran akan apa yang kita alami”.



Manfaat kesadaran diri diantaranya adalah :

- **Memahami diri kita dalam berhubungan dengan orang lain**
- **Mengembangkan dan mengimplementasikan kemampuan diri**
- **Menetapkan pilihan hidup dan karir yang akan dicapai**
- **Mengembangkan hubungan kerja dengan orang lain**
- **Memahami nilai diversity**
- **Meningkatkan produktivitas**
- **Meningkatkan kemampuan peran serta kita pada organisasi, lingkungan, dan keluarga.**



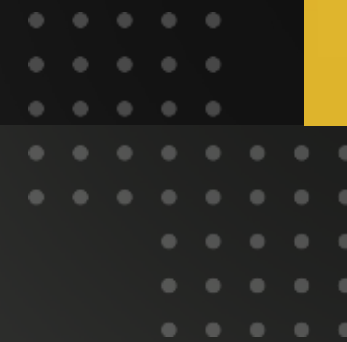
Salah satu cara untuk meningkatkan kesadaran diri adalah dengan menganalisis pengalaman kita mencoba melihat diri sendiri dari kacamata orang lain. Hal tersebut membantu kita mengungkap siapa diri kita dan meningkatkan kecerdasan emosi.

Dalam menganalisis sendiri, setiap individu menempatkan dirinya sebagai objek pada suatu situasi atau kondisi yang kemudian diobservasi bagaimana sifat, attitude, pikiran, respon, dan interaksi yang biasa muncul, lalu kemudian dianalisis dampak positif dan negatifnya.



Dengan memahami apa yang kita sukai serta baik bagi diri kita akan membantu kita dalam memilih jalur karir. Hal ini akan membuat kita bekerja secara professional dengan senang hati, sehingga akan menghasilkan hasil optimal, yang pada akhirnya akan membuat kita lebih sejahtera.

**“ada tiga hal yang sangat keras yaitu besi, berlian, dan memahami diri sendiri”
-Benjamin Franklin-.**





Hal yang penting untuk dapat memahami diri adalah dengan mengenali: kekuatan dan kelemahan diri; perilaku diri; pola pikir; nilai/prinsip diri. Keempat hal tersebut tidak dapat berdiri sendiri, karena keempatnya merupakan sub-sub sistem intrapersonal skill yang saling memengaruhi.

Kekuatan dan kelemahan diri

Untuk dapat melampaui setiap tantangan dan ujian hidup, sang Maha Pencipta telah membekali empat anugerah, yaitu kemampuan akal, emosi, fisik, dan spiritual.

Sangat jarang ditemui seseorang yang memiliki keseimbangan kemampuan pada keempat anugerah itu, tetapi yang terpenting adalah bagaimana kita menyadari dan memahami kekuatan dan kelemahan akal, emosi, fisik, dan spiritual yang kita miliki untuk kemudian kita kembangkan. Sebagai makhluk sosial dan spiritual maka alangkah baiknya bila kita dapat meningkatkan keempat anugerah itu secara seimbang.



Perilaku

Perilaku adalah cara kita menunjukkan diri. Bagi kebanyakan orang perilaku adalah sesuatu hal yang susah diubah bahkan ada yang meyakini bahwa perilaku seseorang tidak bisa diubah, karena perilaku seseorang adalah sesuatu yang terbentuk selama usianya.

Pola berpikir

Pola berpikir adalah cara otak kita memroses berbagai informasi yang diterima, bagaimana keputusan kita menganalisis informasi dan membuat sebuah tentang bagaimana menggunakan dan mengaplikasikan informasi tersebut. Sebuah pola pikir terbentuk oleh pengalaman hidup dan lingkungan seseorang. Dan sebuah pola pikir akan menciptakan prasangka diri dan persepsi diri yang selanjutnya sangat memengaruhi pola tindak dan pola interaksi seseorang.



Nilai diri

Nilai diri adalah sesuatu yang dipegang teguh oleh seseorang dan ditetapkan sebagai sebuah prinsip hidup karena diyakini dapat membantu dalam kehidupannya. Itulah kenapa kita menyebutnya nilai atau prinsip atau keyakinan (belief). Nilai adalah sebuah produk dari pengalaman-pengalaman kita terdahulu. Sebuah nilai sangat penting bagi seseorang, karena sebuah nilai dapat membawa kesuksesan seseorang, begitu pula karena sebuah nilai seseorang bisa hancur karenanya.

Pengungkapan diri (self disclosure)

Hal berikut yang menjadi kunci peningkatan kesadaran diri adalah pengungkapan diri. Pengungkapan informasi dan persepsi kita dengan jelas kepada orang lain akan membantu dalam memeriksa nilai/keyakinan diri, meneguhkan konsep diri, dan memilah informasi yang kita terima. Pengungkapan diri yang jelas akan membantu orang lain dalam menjalin hubungan dengan kita.



B. Mengajarkan Memahami Orang Lain (Understanding Others)

Kemampuan diri pribadi

Kemampuan untuk berhubungan dengan orang lain secara antar pribadi (interpersonal skill)

Hubungan antar manusia terdapat beberapa aspek yaitu

- Pengembangan sikap pribadi
- Perlunya kerjasama, toleransi, dan kepemimpinan
- Haruslah memupuk hubungan baik
- Kemampuan memecahkan masalah
- Menerapkan sikap yang dapat diterima oleh orang lain, misalnya kemampuan mendengarkan orang lain, kemampuan berbicara secara jelas, mudah bergaul

Presented by: **Mr. Faqihuddin Al Anshori, S.T.,**
M.Kom faqihuddinalanshori@upy.ac.id



C. Mengembangkan Kemampuan Kerjasama Tim (Team Work)

Pepatah yang mengatakan, ringan sama-sama dijnjing dan berat sama-sama dipikul adalah mereflesikan suatu Team Work yang solid. Selain beban akan semakin ringan, hasil yang dicapai juga akan semakin optimal. Peranan team work sangat besar kontribusinya bagi tercapainya target/goal dari suatu organisasi. Dalam suatu organisasi tanpa adanya team work yang tangguh, selain terbuka peluang menuju kegagalan, hasilnya pun tidak akan sesuai dengan yang diharapkan. "Great achievement is usually born of great sacrifice, and is never the result of selfishness" Napoleon Hill.

Presented by: **Mr. Faqihuddin Al Anshori, S.T.,**
M.Kom faqihuddinalanshori@upy.ac.id

Untuk membangun team work yang tangguh maka :



Visi dan misi

Saling percaya

Kesatuan

Saling menghormati

Positive thinking

Kerjasama

Rela berkorban

Tantangan dan rintangan

Dengan dimilikinya team work yang tangguh maka apapun yang telah direncanakan akan semakin mudah direalisasikan. "There are three ways to get something done: do it yourself, employ someone, or forbid your

Presented by: **Mr. Faqihuddin Al Anshori, S.T.,**
M.Kom faqihuddinalanshori@upy.ac.id

Latihan



Any questions



**Berdasarkan penjelasan
tersebut diatas, setiap
mahasiswa dapat menjawab
beberapa soal berikut ini,**

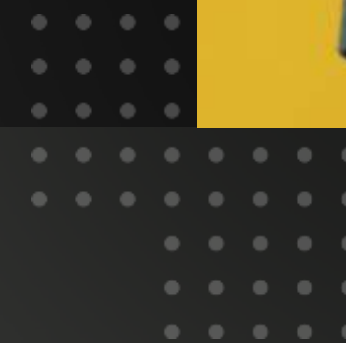
- 1. Jelaskan pengertian pola pikir ?**
- 2. Uraikan unsur-unsur yang membentuk perilaku seseorang ?**
- 3. Sebutkan alasan utama perlunya kemampuan memahami orang lain ?**
- 4. Mengapa Team Work diperlukan ?**

**Format Doc font Times New Rowman
Top Left 4cm Bottom Roght 3cm, kirim
via email Mr ya paling lambat 1x24 jam
setelah penyampaian materi ini**

**Presented by: Mr. Faqihuddin Al Anshori, S.T.,
M.Kom faqihuddinalanshori@upy.ac.id**

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
INFORMATIKA
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA

MATA KULIAH KECAKAPAN ANTAR PERSONAL



Presented by: **Mr. Faqihuddin Al Anshori, S.T.,**
M.Kom faqihuddinalanshori@upy.ac.id

25 Agustus 2025

KONSEP DASAR KETRAMPILAN INTRAPERSONAL

Ketrampilan intrapersonal yang harus dimiliki setiap individu yaitu kesadaran diri (self awareness), mengajarkan memahami orang lain (understanding others), mengembangkan kemampuan kerjasama tim (team work), manajemen diri (self management), decision making dan problem solving, sifat dan model kepemimpinan.

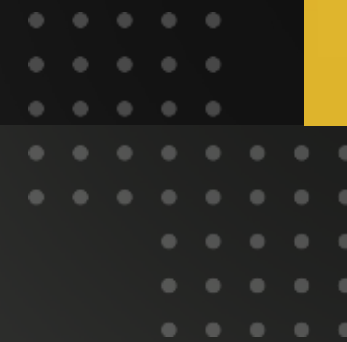


A. Kesadaran Diri (Self Awareness)

Mengetahui kesadaran diri itu penting, memahami diri bukan hanya salah satu syarat untuk menjadi sukses akan tetapi merupakan syarat agar dapat bekerja bersama orang lain secara efektif. Untuk dapat bekerjasama dengan oranglain perlu mengetahui motivasi, kebutuhan, gaya kerja, kemampuan, dan batas kemampuan orang yang bekerjasama dengan kita. Kesadaran diri (self awareness) atau pengetahuan diri adalah langkah awal agar kita dapat bekerja dengan efektif



“yang menentukan kualitas hidup bukanlah seberapa banyaknya pengalaman tetapi seberapa banyaknya kesadaran akan apa yang kita alami”.



Manfaat kesadaran diri diantaranya adalah :

- **Memahami diri kita dalam berhubungan dengan orang lain**
- **Mengembangkan dan mengimplementasikan kemampuan diri**
- **Menetapkan pilihan hidup dan karir yang akan dicapai**
- **Mengembangkan hubungan kerja dengan orang lain**
- **Memahami nilai diversity**
- **Meningkatkan produktivitas**
- **Meningkatkan kemampuan peran serta kita pada organisasi, lingkungan, dan keluarga.**



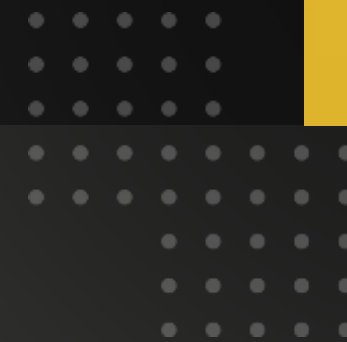
Salah satu cara untuk meningkatkan kesadaran diri adalah dengan menganalisis pengalaman kita mencoba melihat diri sendiri dari kacamata orang lain. Hal tersebut membantu kita mengungkap siapa diri kita dan meningkatkan kecerdasan emosi.

Dalam menganalisis sendiri, setiap individu menempatkan dirinya sebagai objek pada suatu situasi atau kondisi yang kemudian diobservasi bagaimana sifat, attitude, pikiran, respon, dan interaksi yang biasa muncul, lalu kemudian dianalisis dampak positif dan negatifnya.



Dengan memahami apa yang kita sukai serta baik bagi diri kita akan membantu kita dalam memilih jalur karir. Hal ini akan membuat kita bekerja secara professional dengan senang hati, sehingga akan menghasilkan hasil optimal, yang pada akhirnya akan membuat kita lebih sejahtera.

**“ada tiga hal yang sangat keras yaitu besi, berlian, dan memahami diri sendiri”
-Benjamin Franklin-.**





Hal yang penting untuk dapat memahami diri adalah dengan mengenali: kekuatan dan kelemahan diri; perilaku diri; pola pikir; nilai/prinsip diri. Keempat hal tersebut tidak dapat berdiri sendiri, karena keempatnya merupakan sub-sub sistem intrapersonal skill yang saling memengaruhi.

Kekuatan dan kelemahan diri

Untuk dapat melampaui setiap tantangan dan ujian hidup, sang Maha Pencipta telah membekali empat anugerah, yaitu kemampuan akal, emosi, fisik, dan spiritual.

Sangat jarang ditemui seseorang yang memiliki keseimbangan kemampuan pada keempat anugerah itu, tetapi yang terpenting adalah bagaimana kita menyadari dan memahami kekuatan dan kelemahan akal, emosi, fisik, dan spiritual yang kita miliki untuk kemudian kita kembangkan. Sebagai makhluk sosial dan spiritual maka alangkah baiknya bila kita dapat meningkatkan keempat anugerah itu secara seimbang.



Perilaku

Perilaku adalah cara kita menunjukkan diri. Bagi kebanyakan orang perilaku adalah sesuatu hal yang susah diubah bahkan ada yang meyakini bahwa perilaku seseorang tidak bisa diubah, karena perilaku seseorang adalah sesuatu yang terbentuk selama usianya.

Pola berpikir

Pola berpikir adalah cara otak kita memroses berbagai informasi yang diterima, bagaimana keputusan kita menganalisis informasi dan membuat sebuah tentang bagaimana menggunakan dan mengaplikasikan informasi tersebut. Sebuah pola pikir terbentuk oleh pengalaman hidup dan lingkungan seseorang. Dan sebuah pola pikir akan menciptakan prasangka diri dan persepsi diri yang selanjutnya sangat memengaruhi pola tindak dan pola interaksi seseorang.



Nilai diri

Nilai diri adalah sesuatu yang dipegang teguh oleh seseorang dan ditetapkan sebagai sebuah prinsip hidup karena diyakini dapat membantu dalam kehidupannya. Itulah kenapa kita menyebutnya nilai atau prinsip atau keyakinan (belief). Nilai adalah sebuah produk dari pengalaman-pengalaman kita terdahulu. Sebuah nilai sangat penting bagi seseorang, karena sebuah nilai dapat membawa kesuksesan seseorang, begitu pula karena sebuah nilai seseorang bisa hancur karenanya.

Pengungkapan diri (self disclosure)

Hal berikut yang menjadi kunci peningkatan kesadaran diri adalah pengungkapan diri. Pengungkapan informasi dan persepsi kita dengan jelas kepada orang lain akan membantu dalam memeriksa nilai/keyakinan diri, meneguhkan konsep diri, dan memilah informasi yang kita terima. Pengungkapan diri yang jelas akan membantu orang lain dalam menjalin hubungan dengan kita.



B. Mengajarkan Memahami Orang Lain (Understanding Others)

Kemampuan diri pribadi

Kemampuan untuk berhubungan dengan orang lain secara antar pribadi (interpersonal skill)

Hubungan antar manusia terdapat beberapa aspek yaitu

- Pengembangan sikap pribadi
- Perlunya kerjasama, toleransi, dan kepemimpinan
- Haruslah memupuk hubungan baik
- Kemampuan memecahkan masalah
- Menerapkan sikap yang dapat diterima oleh orang lain, misalnya kemampuan mendengarkan orang lain, kemampuan berbicara secara jelas, mudah bergaul

Presented by: **Mr. Faqihuddin Al Anshori, S.T.,**
M.Kom faqihuddinalanshori@upy.ac.id



C. Mengembangkan Kemampuan Kerjasama Tim (Team Work)

Pepatah yang mengatakan, ringan sama-sama dijnjing dan berat sama-sama dipikul adalah mereflesikan suatu Team Work yang solid. Selain beban akan semakin ringan, hasil yang dicapai juga akan semakin optimal. Peranan team work sangat besar kontribusinya bagi tercapainya target/goal dari suatu organisasi. Dalam suatu organisasi tanpa adanya team work yang tangguh, selain terbuka peluang menuju kegagalan, hasilnya pun tidak akan sesuai dengan yang diharapkan. "Great achievement is usually born of great sacrifice, and is never the result of selfishness" Napoleon Hill.

Presented by: **Mr. Faqihuddin Al Anshori, S.T.,**
M.Kom faqihuddinalanshori@upy.ac.id

Untuk membangun team work yang tangguh maka :



Visi dan misi

Saling percaya

Kesatuan

Saling menghormati

Positive thinking

Kerjasama

Rela berkorban

Tantangan dan rintangan

Dengan dimilikinya team work yang tangguh maka apapun yang telah direncanakan akan semakin mudah direalisasikan. "There are three ways to get something done: do it yourself, employ someone, or forbid your

Presented by: **Mr. Faqihuddin Al Anshori, S.T.,**
M.Kom faqihuddinalanshori@upy.ac.id

Latihan

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
INFORMATIKA
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA



Any questions



Berdasarkan penjelasan
tersebut diatas, setiap
mahasiswa dapat menjawab
beberapa soal berikut ini,

1. Jelaskan pengertian pola pikir ?
2. Uraikan unsur-unsur yang membentuk perilaku seseorang ?
3. Sebutkan alasan utama perlunya kemampuan memahami orang lain ?
4. Mengapa Team Work diperlukan ?

Format Doc font Times New Rowman
Top Left 4cm Bottom Right 3cm, kirim
via email Mr ya paling lambat 1x24 jam
setelah penyampaian materi ini

Presented by: **Mr. Faqihuddin Al Anshori, S.T.,**
M.Kom faqihuddinalanshori@upy.ac.id



BUKU AJAR

KECAKAPAN ANTAR PERSONAL

Suatu Pengantar Komunikasi *Interpersonal*

Oleh:

Andi Basri Jaya

A. Rosdiana

A. Najamuddin Hamzah

Imran

Usman

Editor:

Yusri, S.Sos., M.Si

BUKU AJAR: KECAKAPAN ANTAR PERSONAL:

Suatu Pengantar Komunikasi *Interpersonal*

Cetakan pertama: September, 2023

Penulis: **Andi Basri Jaya, A. Rosdiana, A. Najamuddin Hamzah, Imran, Usman**

Editor: Tim Kanaka Media & Yusri

Desain Cover: Tim Kanaka Media

Penerbit:



CV. KANAKA MEDIA

Surabaya, Jawa Timur

Email : cv.kanakamedia@gmail.com

Website : www.kanakamedia.net

IG : [katalog_knk](https://www.instagram.com/katalog_knk)

FB : Penerbit Kanaka

Telp/WA : 0895384076090

ISBN: 978-623-154-027-0

Tebal: 116 hlm; A5

Hak cipta dilindungi undang-undang.
dilarang memperbanyak sebagian atau
seluruh isi buku tanpa seizin tertulis
dari penulis dan penerbit.



KATA PENGANTAR

Penulis mendahulukan ucapan terima kasih banyak yang sebesar-besarnya kepada penerbit, yang berkenan dan bermurah hati menerbitkan buku yang sederhana ini. Semoga ketulusannya mendapat imbalan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Salah satu program yang sangat strategis yang dampaknya sangat terasa di seluruh wilayah NKRI adalah penyelenggaraan pendidikan yang menyeluruh dan berkelanjutan. Penulis memastikan bahwa era revolusi 5.0 yang terbarukan dalam pengembangan model atau strategi pembelajaran, untuk mengenal dan memahami peran seorang dosen atau pendidik dalam hal pemanfaatan media TIK di lingkungan atau di civitas akademika, semua sudah di manfaatkan dengan baik dan harus bisa terus dilestarikan serta digunakan sebaik mungkin.

Buku yang berjudul: Buku Ajar: Kecakapan Antar Personal (Suatu Pengantar Komunikasi *Interpersonal*). Untuk mengisi khasanah kepustakaan indonesia, khususnya bagi perkembangan pendidikan pada umumnya dan pemanfaatan Teknonlogi linformasi dan Komunikasi khususnya.

Buku ini diharapkan dapat meneguhkan keyakinan para dosen atau pendidik, bahwa menjadi pendidik adalah sebuah pilihan yang tepat, sekaligus merupakan suatu amanah kemanusiaan yang diterima sebagai wujud suatu tanggungjawab yang bukan saja dipertanggungjawabkan kepada orang tua peserta didik tetapi justru yang terpenting yaitu pertanggungjawabannya kepada Allah SWT. Selain merupakan tugas kemanusiaan yang amat mulia dan ladang ibadah yang tinggi nilainya, seorang pendidik juga bisa mendatangkan kebahagiaan, kesejahteraan, dan kemakmuran baginya, bukan hanya di dunia tetapi juga di akhirat,,,, Insya Allah.

Buku ini sangat penting ditelaah oleh para pendidik, dosen, dan mahasiswa pada program studi ilmu komunikasi, ilmu manajemen, dan informatika komputer, karena dapat memberikan motivasi serta dorongan dalam upaya pemberdayaan dosen atau pendidik sebagai jabatan profesional yang menjadi tumpuan harapan seluruh komponen masyarakat bangsa dalam mencerdaskan kehidupan bangsa.

Watansoppeng, Juni 2023

Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR_____iii

BAB I

PENDAHULUAN_____v

BAB II

DEFINISI KOMUNIKASI _____1

BAB III

KONTEKS-KONTEKS KOMUNIKASI _____21

BAB IV

RUANG LINGKUP KOMUNIKASI _____48

BAB V

**DEFINISI KOMUNIKASI DAN BEBERAPA TEORI-
TEORI_____54**

BAB VI

**GANGGUAN YANG DAPAT MENGHAMBAT PROSES
KOMUNIKASI_____74**

BAB VII

**KOMPETENSI DASAR YANG DIBUTUHKAN UNTUK
SUKSES_____96**

DAFTAR PUSTAKA _____111

PROFIL PENULIS_____113



BAB I PENDAHULUAN

Kecakapan antar personal adalah suatu ilmu komunikasi dan interaksi antara sesama individu yang satu dengan individu yang lainnya. Interaksi antar individu sangatlah penting untuk kelangsungan hidup manusia, karena manusia adalah makhluk sosial yang saling ketergantungan satu dengan yang lainnya. Tanpa ada individu yang lain maka manusia tidak akan bisa saling memenuhi kebutuhannya.

Maka pada matakuliah Kecakapan Antar Personal ini manusia diajarkan tentang bagaimana manusia saling berinteraksi dan bagaimana saling mengerti individu yang lainnya. Komunikasi adalah salah satu sarana penting dalam berinteraksi, tanpa adanya komunikasi tidak mungkin manusia dapat berinteraksi dengan individu yang lainnya. Komunikasi telah dilakukan sejak dahulu kala, banyak beragam komunikasi. Yang paling sederhana adalah komunikasi dengan saling tegur sapa dan saling berbicara. Sedangkan komunikasi jarak jauh dahulu antara lain : kentongan, bedug, merpati, surat, dll.

Komunikasi terus berlangsung hingga saat ini yang merupakan jaman modern tapi komunikasi paling sederhana yaitu saling bercakap tetaplah tidak terganti. Sedangkan untuk komunikasi jarak jauh telah banyak pergantian, antara lain: telepon, email, surat, faks, dan lain-lain. Komunikasi tetaplah menjadi salah satu sarana paling penting untuk interaksi antara individu.

A. PENGERTIAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL

Kita dapat memahami makna atau pengertian dari komunikasi interpersonal dengan mudah jika sebelumnya kita sudah memahami makna atau pengertian dari komunikasi intrapersonal. Seperti menganonimkan saja, komunikasi intrapersonal dapat diartikan sebagai penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi di dalam diri komunikator sendiri. Jadi dapat diartikan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang membutuhkan pelaku atau personal lebih dari satu orang. R Wayne Pace mengatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah Proses komunikasi yang berlangsung antara 2 orang atau lebih secara tatap muka.

Komunikasi Interpersonal menuntut berkomunikasi dengan orang lain. Komunikasi jenis ini dibagi lagi menjadi komunikasi diadik, komunikasi publik, dan komunikasi kelompok kecil.

Komunikasi Interpersonal juga berlaku secara kontekstual bergantung kepada keadaan, budaya, dan juga konteks psikologikal. Cara dan bentuk interaksi antara individu akan tercorak mengikuti keadaan-keadaan ini.

Sistem Komunikasi Interpersonal

Menurut Drs. Jalaluddin Rahmat, M.Sc. lewat bukunya yang berjudul Psikologi Komunikasi, beliau menjelaskan tentang sistem dalam komunikasi interpersonal seperti:

1. Persepsi Interpersonal;
2. Konsep Diri;
3. Atraksi Interpersonal;
4. Hubungan Interpersonal; dan

Dalam tulisan ini, Tim Penulis hanya menjelaskan point hubungan interpersonalnya saja. Karena Tim Penulis beranggapan, pembahasannya terlalu rumit dan dianggap dalam point hubungan interpersonal pembahasannya jelas sehingga mudah dimengerti.

Hubungan Interpersonal

Komunikasi yang efektif ditandai dengan hubungan interpersonal yang baik. Kegagalan komunikasi sekunder terjadi, bila isi pesan kita dipahami, tetapi hubungan di antara komunikan menjadi rusak. Anita Taylor mengatakan Komunikasi interpersonal yang efektif

meliputi banyak unsur, tetapi hubungan interpersonal barangkali yang paling penting.

Untuk menumbuhkan dan meningkatkan hubungan interpersonal, kita perlu meningkatkan kualitas komunikasi.

Percaya (*trust*)

Bila seseorang punya perasaan bahwa dirinya tidak akan dirugikan, tidak akan dikhianati, maka orang itu pasti akan lebih mudah membuka dirinya. Percaya pada orang lain akan tumbuh bila ada faktor-faktor sebagai berikut:

1. Karakteristik dan maksud orang lain, artinya orang tersebut memiliki kemampuan, keterampilan, pengalaman dalam bidang tertentu. Orang itu memiliki sifat-sifat bisa diduga, diandalkan, jujur dan konsisten.
2. Hubungan kekuasaan, artinya apabila seseorang mempunyai kekuasaan terhadap orang lain, maka orang itu patuh dan tunduk.
3. Kualitas komunikasi dan sifatnya menggambarkan adanya keterbukaan. Bila maksud dan tujuan sudah jelas, harapan sudah dinyatakan, maka sikap percaya akan muncul.

a) Perilaku suportif

Perilaku suportif akan meningkatkan kualitas komunikasi. Beberapa ciri perilaku suportif yaitu:

1. Evaluasi dan deskripsi: maksudnya, kita tidak perlu memberikan kecaman atas kelemahan dan kekurangannya.
2. Orientasi masalah: mengomunikasikan keinginan untuk kerja sama, mencari pemecahan masalah. Mengajak orang lain bersama-sama menetapkan tujuan dan menentukan cara mencapai tujuan.
3. Spontanitas: sikap jujur dan dianggap tidak menyelimuti motif yang pendendam.

b) Sikap terbuka

Sikap terbuka, kemampuan menilai secara obyektif, kemampuan membedakan dengan mudah, kemampuan melihat nuansa, orientasi ke isi, pencarian informasi dari berbagai sumber, kesediaan mengubah keyakinannya, profesional dll. Komunikasi ini dapat dihalangi oleh gangguan komunikasi dan oleh kesombongan, sifat malu dll. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik yang melibatkan hanya dua orang secara tatap-muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal, seperti suami-isteri, dua sejawat, dua sahabat dekat, seorang guru dengan seorang muridnya, dan sebagainya. Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal.

Komunikasi antarpribadi sangat potensial untuk menjalankan fungsi instrumental sebagai alat untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena kita dapat menggunakan kelima lat indera kita untuk mempertinggi daya bujuk pesan yang kita komunikasikan kepada komunikan kita. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi. Kenyataannya komunikasi tatap-muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya, berbeda dengan komunikasi lewat media massa seperti surat kabar, televisi, ataupun lewat teknologi tercanggihpun. Jalaludin Rakhmat (1994) meyakini bahwa komunikasi antarpribadi dipengaruhi oleh persepsi interpersonal; konsep diri; atraksi interpersonal; dan hubungan interpersonal.

c) Persepsi interpersonal

Persepsi adalah memberikan makna pada stimuli inderawi, atau menafsirkan informasi inderawi. Persepsi interpersonal adalah memberikan makna terhadap stimuli inderawi yang berasal dari seseorang (komunikan), yang berupa pesan verbal dan nonverbal. Kecermatan dalam persepsi interpersonal akan berpengaruh terhadap keberhasilan komunikasi, seorang peserta komunikasi yang salah memberi makna terhadap pesan akan mengakibatkan kegagalan komunikasi.

d) Konsep diri

Konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Konsep diri yang positif, ditandai dengan lima hal, yaitu:

1. Yakin akan kemampuan mengatasi masalah;
2. Merasa setara dengan orang lain;
3. Menerima pujian tanpa rasa malu;
4. Menyadari, bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui oleh masyarakat;
5. Mampu memperbaiki dirinya karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenangkannya dan berusaha mengubah.

Konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan dalam komunikasi antarpribadi, yaitu:

1. Karena setiap orang bertindak laku sedapat mungkin sesuai dengan konsep dirinya. Bila seseorang mahasiswa menganggap dirinya sebagai orang yang rajin, ia akan berusaha menghadiri kuliah secara teratur, membuat catatan yang baik, mempelajari materi kuliah dengan sungguh-sungguh, sehingga memperoleh nilai akademis yang baik.
2. Membuka diri. Pengetahuan tentang diri kita akan meningkatkan komunikasi, dan pada saat yang sama, berkomunikasi dengan orang lain meningkatkan pengetahuan tentang diri kita. Dengan membuka diri, konsep diri menjadi

dekat pada kenyataan. Bila konsep diri sesuai dengan pengalaman kita, kita akan lebih terbuka untuk menerima pengalaman-pengalaman dan gagasan baru.

3. Percaya diri. Ketakutan untuk melakukan komunikasi dikenal sebagai *communication apprehension*. Orang yang *aprehensif* dalam komunikasi disebabkan oleh kurangnya rasa percaya diri. Untuk menumbuhkan percaya diri, menumbuhkan konsep diri yang sehat menjadi perlu.
4. Selektivitas. Konsep diri mempengaruhi perilaku komunikasi kita karena konsep diri mempengaruhi kepada pesan apa kita bersedia membuka diri (terpaan selektif), bagaimana kita mempersepsi pesan (persepsi selektif), dan apa yang kita ingat (ingatan selektif). Selain itu konsep diri juga berpengaruh dalam penyandian pesan (penyandian selektif).

Atraksi Interpersonal

Atraksi interpersonal adalah kesukaan pada orang lain, sikap positif dan daya tarik seseorang. Komunikasi antarpribadi dipengaruhi atraksi interpersonal dalam hal:

- a) Penafsiran pesan dan penilaian. Pendapat dan penilaian kita terhadap orang lain tidak semata-mata berdasarkan pertimbangan rasional, kita

juga makhluk emosional. Karena itu, ketika kita menyenangkan seseorang, kita juga cenderung melihat segala hal yang berkaitan dengan dia secara positif. Sebaliknya, jika membencinya, kita cenderung melihat karakteristiknya secara negatif.

- b) Efektivitas komunikasi. Komunikasi antarpribadi dinyatakan efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan. Bila kita berkumpul dalam satu kelompok yang memiliki kesamaan dengan kita, kita akan gembira dan terbuka. Bila berkumpul dengan dengan orang-orang yang kita benci akan membuat kita tegang, resah, dan tidak enak. Kita akan menutup diri dan menghindari komunikasi.

Hubungan Interpersonal

Hubungan interpersonal dapat diartikan sebagai hubungan antara seseorang dengan orang lain. Hubungan interpersonal yang baik akan menumbuhkan derajat keterbukaan orang untuk mengungkapkan dirinya, makin cermat persepsinya tentang orang lain dan persepsi dirinya, sehingga makin efektif komunikasi yang berlangsung di antara peserta komunikasi. Miller (1976) dalam *Explorations in Interpersonal Communication*, menyatakan bahwa "Memahami proses komunikasi interpersonal menuntut hubungan simbiosis antara komunikasi dan perkembangan relasional, dan pada gilirannya (secara serentak), perkembangan

relasional mempengaruhi sifat komunikasi antara pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan tersebut.” Lebih jauh, Jalaludin Rakhmat (1994) memberi catatan bahwa terdapat tiga faktor dalam komunikasi antarpribadi yang menumbuhkan hubungan interpersonal yang baik, yaitu:

- a. Percaya;
- b. sikap suportif; dan
- c. sikap terbuka.

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

Kecakapan antar personal berguna untuk:

- a. Memahami kebutuhan manusia atau orang lain
- b. Berkomunikasi dengan orang lain
- c. Mengerti keinginan atau ciri khas orang lain

Cara membangun hubungan harmonis dengan orang lain:

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

B. PENGERTIAN KOMUNIKASI

“Komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan oleh lebih dari beberapa orang, yakni kegiatan menyampaikan dan menerima pesan yang dapat distorsi dari gangguan – gangguan dalam suatu konteks, yang menimbulkan efek dan kesempatan untuk arus balik, oleh karena itu kegiatan komunikasi meliputi komponen – komponen sebagai berikut ; konteks, sumber , penerima, pesan, saluran, gangguan, proses penyampaian atau proses encoding, penerima atau proses decoding, arus balik dan efek”.

Istilah Komunikasi dalam bahasa inggris *Communication* berasal dari kata latin *Communicatio* dan sumber katanya dari *Cummunis* yang berarti Sama (Sama makna).

Istilah Komunikasi diambil dari perkataan inggris yaitu *communication* . istilah ini bersumber dari bahasa latin *communis*, yang dalam bahasa inggris yang berarti *common*, yang dapat diterjemahkan ke dalam bahasa indonesia yaitu sama.

Jadi dengan berkomunikasi berarti kita membangun kebersamaan dengan membentuk suatu kontak dalam perhubungan. Ini berarti individu-individu saling memberi keterangan, pikiran, dan sikap-sikap dalam melakukan hubungan.

D. Lawrence Kincaid Dan Wilbur Schramm menjelaskan bahwa komunikasi sebagai proses saling

membagi atau menggunakan informasi secara bersama dan pertalian antarapara pesertadalam proses informasi.

Selain itu komunikasi dapat juga diartikansebagai proses menghubungkan atau mengadakan perhuungan dengan menggunakan bahasa , gerak-gerak badan, sistem isyarat, kode, dan lain-lain.

Formulasi yang agak lain dari rumusan di atas dikemukakan antara lain oleh William Albigh dalam bukunya *Public opinion*, beliau menulis bahwa *Communication is the process of transmitting meaningful symbols between individuals* (komunikasi adalah proses pengoperan lambang-lambang yang berarti diantara individu.

Carl I. Hoveland menyimpulkan pengertian komunikasi bahwa *communication is the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) by to modify the behavior of other individual (communicaties)*, (komunikasi adalah proses dengan mana seorang individu atau komunikator mengoperkan stimuli biasanya lambang-lambang bahasa untuk mengubah tingkah laku individu yang lain atau komunikate).

Memperhatikan definisi-definisi di atas kelihatannya berbeda antara satu dengan yang lain. Tetapi jika diteliti secara mendalam maka tampaklah ada persamaan. Diantara definisi-definisi itu mempunyai titik persamaan yaitu pengakuan terhadap pengoperan lambang-lambang yang berarti. Lambang-lambang yang dimaksud disini

ialah bahasa, gerak-gerik badan, isyarat, kode dan lain-lain.

Definisi-definisi diatas menunjukkan bahwa, pengoperan lambang-lambang yang dimaksud itu dititikberatkan hanya kepada individu-individu. Padahal jika kita perhatikan ternyata bukan hanya berarti individu-individu yang mengadakan pengoperan lambang-lambang itu tetapi juga manusia itu sebagai makhluk sosial. Ia tak hidup tanpa bantuan dan kerjasama dengan manusia lain. Adanya saling membantu ini menimbulkan kelompok-kelompok sosial itu juga mengadakan pertukaran pikiran atau penyampain ide.

Di samping itu, definisi-definisi di atas Hartono menambahkan bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan atau lambang-lambang yang mengandung arti (pengertian, ide) antara individu atau golongan, melalui saluran mekanis, maupun secara langsung untuk mempengaruhi orang atau golongan lain.

Dari definisi diatas dapatlah kita lihat bahwa komunikasi sebagai proses penyampaian ide atau pesan bukan saja dilakukan oleh individu, tetapi juga dapat dilakukan oleh kelompok-kelompok atau golongan-golongan. Untuk itu maka dapatlah kita membagi komunikasi itu dalam dua bagian yaitu:

- a. Komunikasi antara individu, yaitu komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau beberapa orang. Ini bisa secara berhadapan dalam suatu tempat

tertentu dengan menggunakan bahasa, gerak-gerik badan, sikap-sikap dan lain-lain yang langsung diterima oleh pihak lain atau *audience* (kelompok yang nyata, terikat pada suatu tempat yang sama, hubungan langsung atau *face to face*). Sebaliknya pemberi berita tadi langsung pula mengetahui reaksi dari audiens tersebut. Komunikasi semacam ini bisa disebut komunikasi langsung atau *face to face communication* yang biasa disebut komunikasi antara individu sederhana. Di samping itu juga bisa dilakukan oleh dua orang atau sejumlah kecil individu yang masing-masing berada ditempat lain dengan melalui alat penyalur misalnya surat, telepon, tontong, telegrap dan lain-lain.

- b. Komunikasi massa, yaitu komunikasi yang berlangsung antara individu dengan massa, atau kelompok dengan massa dengan menggunakan alat-alat komunikasi massa pers, radio, film, dan televisi.

Selanjutnya dari definisi di atas dapat pula kita menarik kesimpulan bahwa komunikasi sebagai suatu proses terdiri atas beberapa unsur yang penting dimana antara yang satu dengan yang lainnya tidak bisa dipisahkan.



BAB II

DEFINISI

KOMUNIKASI

Istilah proses memang berarti sesuatu yang sedang berlangsung. Artinya proses merupakan perubahan atau serangkaian tindakan dan peristiwa selama beberapa waktu menuju suatu hasil tertentu. Jadi setiap langkah mulai pesan diciptakan sampai menimbulkan pengaruh atau perubahan pada sasaran adalah proses komunikasi yang asasi.

Proses komunikasi merupakan bagian integral dari proses perkembangan kepribadian manusia secara individual. Proses komunikasi adalah juga bagian yang utuh dan menyatu dengan proses perkembangan masyarakatnya. Proses komunikasi berkembang dalam tahapan-tahapan sebagaimana terjadi dalam laju perkembangan masyarakatnya.

Dalam proses komunikasi terdapat lima unsur yaitu:

1. yang mengeluarkan lambang atau komunikator (sumber);

2. lambang-lambang yang dioperkan atau isi pesan yang disebut komunike atau stimuli;
3. alat-alat yang digunakan disebut media;
4. yang menerima lambang-lambang yang dioperkan disebut komunike (sasaran); dan
5. akibat atau *effect* yang ditimbulkan yang biasa disebut *feedback*.

Komunikator atau orang yang mengeluarkan *massage* (pesan) bisa terdiri dari individu seperti pada komunikasi antar individu, juga bisa terdiri atas kelompok atau sekelompok manusia yang keluar menjalankan tugas sebagai komunikator. Dalam proses komunikasi massa, komunikator itu terdiri atas kumpulan individu-individu diorganisir dalam satu kesatuan yang teratur dimana di dalamnya terdapat spesialisasi-spesialisasi. Hal ini disebut *organization of communication*. Misalnya dalam suatu perusahaan surat kabar, keluar merupakan suatu sedang sedang ke dalam kita akan menjumpai bagian redaksi, teknik, administrasi dan wartawan yang mencari berita. Keseluruhannya ini bekerjasama antara satu dengan yang lain dan tak dapat dipisahkan. Jadi dalam hal ini yang dikenal bukanlah personil-personil tertentu yang mengeluarkan berita tetapi organisasi perusahaan itulah yang dikenal.

Dalam hubungan ini maka perusahaan media massa dapat dibedakan ditinjau dari segi pemilikan sebagai berikut:

1. dimiliki oleh swasta;

2. dimiliki oleh negara; dan
3. dimiliki oleh negara dan swasta;

Bentuk-bentuk pemilikan ini tergantung tergantung kepada struktur politik dan filsafat yang dianut oleh suatu negara. Di negara-negara liberal pemilikan atas perusahaan ini berada ditangan swasta, sedang di negara-negara sosialis dan komunis berada ditangan negara. Bagi kita Indonesia yang menganut filsafat Pancasila maka perusahaan media massa sebagian ditangan negara dan sebagian dikelola sendiri oleh swasta baik pada perusahaan surat kabar, radio, film, maupun televisi.

Pemilikan perusahaan media massa ini, merupakan cermin daripada sistem masyarakat yang dianut oleh suatu negara. Dengan mengetahui sistem masyarakat yang dianut oleh suatu negara, maka kita akan mengetahui sistem komunikasi massanya.

Lambang-lambang yang dikeluarkan atau dikomunikasikan yaitu lambang-lambang yang dioperkan oleh komunikator kepada komunikan yang bisa berwujud bahasa, gerak-gerik badan, isyarat-isyarat, dan sikap yang mengandung makna, arti lambang-lambang ini banyak sekali maknanya sehingga ia bisa terwujud ilmu pengetahuan, hiburan, propaganda, reklame, pidato dan lain-lain. *Message* (pesan) adalah suatu yang disampaikan oleh komunikator kepada khalayak dimana sesuatu itu mengandung makna. Makna itu harus dimengerti oleh kedua belah pihak mesti ada persesuaian antara keduanya.

Alat atau media yang dalam komunikasi antar individu kadang-kadang tidak diperlukan, terutama *face to face communication*. Tapi bila mana suatu pesan hendak disampaikan kepada individu lain, pada tempat yang berbeda mesti memerlukan alat pembantu. Alat pembantu itu misalnya surat, telepon, telegram dan lain-lain.

Pada zaman dahulu bilamana suatu kelompok hendak menyampaikan sesuatu kepada kelompok lain digunakan bahasa asap atau bahasa gendang. Untuk mengumpulkan penduduk dalam suatu kampung atau daerah bilamana terjadi sesuatu biasanya digunakan tontong. Alat semacam ini disebut alat komunikasi.

Pada zaman modern ini, untuk menyampaikan ide kepada banyak orang pada tempat yang luas dalam waktu yang singkat digunakan pers, radio, film, dan televisi. Dewasa ini sedang dikembangkan sistem komunikasi media jaringan yang mengglobal dengan bantuan teknologi satelit dan komputer, medium ini disebut *International Network* atau internet.

Komunikate (sasaran) yaitu sasaran individu atau kelompok-kelompok atau massa yang menerima lambang-lambang yang dioperkan oleh komunikator. Dalam komunikasi antar individu atau *face to face communication*, komunikatunya hanya terdiri dari individu atau dari beberapa orang individu. Tapi dalam komunikasi massa komunikatunya terdiri atas orang-orang atau merupakan lautan manusia yang masing-

masing tidak saling kenal dan tidak berada dalam suatu tempat tertentu. Itulah sebabnya ia disebut *masscommunication* karena komunikatonya terdiri dari massa atau orang banyak yang menerima lambang yang dioperkan oleh komunikator.

Unsur akibat atau efek yang ditimbulkan suatu lambang-lambang yang dioperkan oleh komunikator diterima oleh komunika dengan bermacam-macam reaksi. Ini bisa berbentuk sikap-sikap, isyarat-isyarat, atau ucapan-ucapan. Dalam hal ini komunika dalam memberikan reaksi dapat berupa:

1. jawaban yang sesuai dengan kehendak komunikator, atau
2. jawaban yang tidak sesuai

Reaksi komunika yang tidak sesuai dengan kehendak komunikator mungkin disebabkan oleh adanya kekurangan atau gangguan dalam menyampaikan pesan misalnya ketidaksempurnaan pada media yang digunakan, pengaruh lingkungan pada saat seseorang menerima pesan atau ketika ia sedang menyatakan pesan serta faktor-faktor lain yaitu *egineering-noice*, *semantic noice* dan *human noice*.

Reaksi yang semacam itu, dalam Ilmu Komunikasi disebut *feedback* (memberi makan kembali). Dalam komunikasi antara individu lebih-lebih dalam *face to face communication* reaksi ini dapat diketahui dengan segera oleh komunikator. Apabila komunika memberikan reaksinya maka ia berarti menjadi komunikator dan

komunikator tadi berbalik menjadi sasaran karena ia sekarang yang menerima lambang-lambang yang dioperkan oleh komunikatonya tadi.

Dalam proses komunikasi massa reaksi suatu pesan tidaklah begitu jelas dan sedemikian cepatnya. Misalnya reaksi suatu berita yang dimuat oleh surat kabar tidaklah secara spontan jelas pada komunikatornya. Ini disebabkan karena komunikate berada dalam tempat yang relatif berbeda dan berjauhan.

Ditinjau dari ilmu jiwa massa dan ilmu sosial maka proses komunikasi massa dan akibat-akibat yang mungkin terjadi dapat membawa perubahan dalam masyarakat. Karena pada taraf pertama suatu komunikasi massa para pembaca surat kabar, pendengar radio, penonton film dan pemirsa televisi. Perkembangan mana menjadi dasar bagi suatu pendapat dan kemudian suatu sikap. Pada tahap pertama demikianlah dan pada tahap selanjutnya perkembangan ini dapat diutarakan secara ekstrim, dengan adanya tindakan-tindakan dari massa yang bilamana dilakukan secara terus-menerus bisa menyebabkan perubahan dalam masyarakat.

B. Efektivitas Komunikasi

Keberhasilan tugas-tugas public relations sangat tergantung pada komunikasi. Artinya keberhasilan keseluruhan kegiatan public relations untuk mencapai tujuannya yang telah ditentukan bergantung pada sejauh

mana *public relations* itu dapat menjalin hubungan (berkomunikasi) dengan masyarakatnya.

Dalam pengertian hubungan-hubungan (*relations*) berkenaan dengan nama kegiatannya itu sendiri (*public relations*) maupun menyangkut tugas dan tujuan dari adanya maka yang perlu dipahami adalah bahwa tidak ada *relation* tanpa *communication*.

Novel Ali, memberikan penekanan yang berbeda antara *relation* yang berarti hubungan dengan komunikasi yang juga berarti hubungan. Menurut Ali bahwa istilah *relation* lebih dititikberatkan kepada adanya hubungan batiniah, sedangkan istilah *communication* meskipun tujuannya juga untuk membentuk kebersamaan dan mencapai konsensus namun istilah ini lebih menitikberatkan kepada hubungannya yang bersifat fisik.

H.R. Danan Djaja, tidak membedakan *public relations* dengan komunikasi tetapi keduanya mempunyai tujuan yang sama sebagaimana yang ditulis dalam bukunya, bahwa *public relations* bila dilihat dari studi ilmu komunikasi adalah salah satu tehnik komunikasi yang menitikberatkan kepada usaha untuk menumbuhkan suatu suasana kerjasama (*goodwil*) dan menciptakan saling pengertian (*mutual understanding*) antara publik yang berkepentingan untuk mencapai tujuan bersama dalam iklim yang saling menguntungkan (*favourable*).

Tidak dapat disangkal bahwa kedua istilah itu “komunikasi” dan “hubungan” sering dipergunakan secara berganti-ganti untuk kepentingan yang sama. Itu dapat dimengerti, karena kedua istilah tersebut pada hakekatnya mempunyai tujuan yang sama. Tujuan dari public relations itu umumnya bila dilihat dari pengertiannya selalu berorientasi kepada kepentingan publik. Oleh sebab itu menurut Bertrand R. Canfield dan Frazier Moore menjelaskan tujuan dari *public relations* sebagai berikut:

1. mengabdikan kepada kepentingan publik (*it should serve the public's interest*)
2. menjaga atau memelihara komunikasi yang baik (*maintain good communication*).
3. menitik beratkan kepada moral dan tingkah laku yang baik (*... And stress good morals and manners*)

Public relations adalah juga komunikasi dimana kegiatannya selalu diarahkan kepada usaha untuk mempengaruhi publik agar dapat bersikap, berpendapat dan bertindak laku sesuai keinginan dari sumber.

Sehubungan dengan keberadaan public relations yang senantiasa mengemban misi untuk memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan kebijaksanaan, kegiatan dan tindakan lembaga atau organisasi. Jadi jelaslah betapa erat hubungannya *public relations* dengan masalah komunikasi.

Demikian pula dalam tugas *public relations officer* (PRO) untuk senantiasa membina hubungan baik, saling pengertian, saling membutuhkan dan saling mendukung adanya lembaga atau organisasi kerja di satu pihak dengan keberadaan masyarakat dilain pihak. Tugas-tugas ini tidak akan dapat terselenggara dengan baik apabila para pejabat *public relations* tidak mampu menjalin komunikasi dengan masyarakat sarannya.

Dengan demikian seorang PRO atau pejabat hubungan masyarakat dalam menjalankan tugasnya dengan baik maka diharuskan menggunakan teori-teori pendekatan yang ada dalam ilmu komunikasi. Demikian pula metode atau teknik menyampaikan pesan-pesan yang efektif kepada publik diperlukan strategi.

Agar pesan yang disampaikan kepada sasaran menjadi efektif Anwar Arifin menawarkan strategi-strategi sebagai berikut:

1. mengenal khalayak
2. menyusun pesan
3. menetapkan metode dan
4. seleksi dan penggunaan media

Untuk mencapai hasil yang positif dalam proses komunikasi maka komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode dan media. Untuk menciptakan persamaan kepentingan tersebut maka komunikator harus mengerti dan memahami pola pikir (*frame of*

reference) dan lapangan pengalaman (*field of experience*) khalayak secara tepat dan seksama, yang meliputi:

- a. kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak yang terdiri atas:
 1. pengetahuan khalayak mengenai pokok persoalan,
 2. kemampuan khalayak untuk menerima pesan-pesan lewat media yang digunakan,
 3. pengetahuan khalayak terutama perbendaharaan kata yang digunakan
- b. pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma dalam kelompok dan masyarakat yang ada.
- c. situasi dimana kelompok itu berada.

Kondisi-kondisi tersebut dapat diketahui melalui orientasi, penjajakan atau penelitian. Kegiatan ini merupakan usaha untuk mengadakan identifikasi terhadap publik.

Dalam observasi atau penelitian publik dapat diidentifikasi dari berbagai segi. Dari segi pengetahuan khalayak misalnya terhadap pesan-pesan yang disampaikan dapat ditemukan khalayak yang tidak memiliki pengetahuan, memiliki hanya sedikit, memiliki banyak dan ada juga yang menguasai masalah yang disajikan. Sedang dari segi sikap khalayak ada yang setuju, ragu-ragu, bahkan ada yang menolak.

Demikian juga dari segi kesediaan khalayak menerima pengaruh khususnya mengenai inovasi (ide-ide baru) dengan melalui penelitian dapat diperoleh identifikasi publikatau khalayak. Dalam hal ini

Schoenfeld mengemukakan klasifikasi khalayak sebaagai berikut:

- a. *Inovator* atau penemu ide adalah orang yang kaya akan ide baru dan karenanya mudah atau sukar menerima ide orang lain.
- b. *Early Adopters* atau orang-orang yang cepat atau bersedia untuk mencoba hal apa yang dianjurkan kepadanya.
- c. *Early Majority* kelompok orang-orang yang mudah menerima ide-ide baru, asal saja sudah diterima oleh orang banyak.
- d. *Majority* atau kelompok dalam jumlah terbanyak yang menerima atau menolak ide baru terbatas pada suatu daerah.
- e. *Non Adopters* atau orang-orang yang tidak suka menerima ide baru dan mengadakan perubahan-perubahan atas pendapatnya semula.

Tentu saja dari segi-segi yang diuraikan di atas erat kaitannya dengan segi-segi lainnya seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, status sosial, hubungan sosial dan sebagainya. Dalam suatu penelitian hal itu memang variabel dasar.

Mengenal pengaruh kelompok dan nilai-nilai memang merupakan hal yang harus dikenal dan diteliti oleh komunikator untuk menciptakan komunikasi yang efektif sebab manusia hidup dalam dan dari kelompoknya.

Dalam identifikasi publik itu dapat dilihat bahwa makin modern hidup seseorang makin banyak kelompok referensinya (*reference group*), selanjutnya semakin luas pula lingkup referensinya (*frame of reference*). Sebaliknya makin tradisional seseorang makin sempit pula lingkup referensinya. Artinya makin modern seseorang makin kurang dan renggang hubungannya dengan kelompok. Sebaliknya makin tradisional seseorang makin kuat dan erat hubungannya dengan kelompoknya.

Sebagaimana diketahui bahwa seseorang senantiasa selalu berusaha mencapai keserasian antara kepentingan pribadi dengan kepentingan kelompoknya. Ia akan selalu berusaha dengan sekuat-kuatnya untuk mempertahankan kehadiran dirinya dalam kelompok, dengan mendapatkan penilaian dan penghargaan sebagai kebutuhan sosial. Itulah sebabnya setiap pesan dan rangsangan yang menyentuhnya selalu diukur melalui kaca mata kelompoknya sehingga peranan kelompok terhadap individu besar sekali.

Pola interaksi suatu kelompok sangat ditentukan nilai-nilai atau norma-norma yang dianutnya seperti tradisional,transisi atau modern. Hal ini sangat perlu dipahami sebab dalam pola tradisional komunikasi lebih diarahkan kepada pembentukan kelompok daripada untuk prestasi menyelesaikan pekerjaan dan lain-lain.

Pengenalan mengenai khalayak selain melalui observasi dan penelitian ilmiah dapat juga diperoleh

melalui pendugaan-pendugaan berdasarkan pengalaman dan pengetahuan teoritis mengenai manusia baik sebagai makhluk biologis maupun sebagai makhluk sosial. Justru itu pengenalan mengenai manusia sangat diperlukan karena unsur manusia dalam dalam proses komunikasi adalah unsur yang sangat penting dan merupakan inti dari proses komunikasi.

Pada dasarnya komunikasi dilakukan oleh manusia adalah untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya baik bersifat pribadi maupun bersifat sosial. Pemenuhan kebutuhan itu adalah tidak lain daripada usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan hidupnya. Dengan kata lain usaha pemenuhan kebutuhan hidup itu merupakan perwujudan perjuangan manusia untuk hidup. Hal inilah yang memotivasi segala aktivitas dan dinamika manusia dalam hidupnya, termasuk dalam memberi reaksi terhadap rangsangan-rangsangan pesan yang menyentuhnya.

Setelah situasi dan kondisi khayalak diketahui barulah kita memulai menyusun pesan. Syarat-syarat yang perlu diperhatikan dalam menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khayalak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian.

Individu dalam saat yang bersamaan kadang-kadang dirangsang oleh banyak pesan dari berbagai sumber. Tetapi tidaklah semua rangsangan itu dapat

mempengaruhi khalayak, justru karena tidak semuanya dapat diproses menjadi milik rohani.

Suatu yang menjadi milik rohani haruslah terlebih dahulu melalui pintu perhatian, setelah melewati pancaindra dan melalui pengamatan. Perhatian ialah pengamatan yang terpusat. Karena itu tidak semua yang diamati dapat menimbulkan perhatian. Dengan demikian awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Hal ini sesuai dengan AA *Procedure* atau *From attention to action procedur*. Artinya membangkitkan perhatian untuk selanjutnya menggerakkan seseorang atau orang banyak melakukan semua kegiatan sesuai tujuan yang dirumuskan.

Selain AA *Procedure* dikenal pula rumus klasik AIDDA yang juga dikenal dengan adoption process yaitu *attention, interest, desire, decision, dan action*. Artinya dimulai dengan membangkitkan perhatian (*attention*) kemudian menumbuhkan minat dan kepentingan (*interest*) sehingga khalayak memiliki hasrat (*desire*) untuk menerima pesan yang dirangsangkan oleh komunikator dan akhirnya diambil keputusan (*decision*) untuk mengamalkan dalam tindakan (*action*).

Wilbur Schramm mengajukan syarat-syarat untuk berhasilnya suatu pesan sebagai berikut:

- a. pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian yang ditujukan.

- b. pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang dirasakan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran sehingga kedua pengertian bertemu.
- c. pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi daripada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.
- d. pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakkan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki.

Keseluruhan syarat-syarat yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm di atas pada prinsipnya jika ditelaah hanyalah terdiri atas intensitas dan pokok persoalannya. Intensitas pesan hanya dapat dilakukan misalnya pada tanda-tanda komunikasi (*sign of communication*) dan kepada isi komunikasi. Isi pesan yang menarik perhatian tidak lain daripada yang membuat pemenuhan kebutuhan pribadi (*personal needs*) dan kelompok sosial (*social needs*). Suatu pesan hanya akan menarik perhatian selama ia memberikan harapan atau hasil yang ada dan kuat relevansinya dengan persoalan kebutuhan (*needs*) tersebut.

Agaknya masalah needs ini merupakan salah satu kekuatan yang memotivasi aktivitas dan dinamika setiap orang, sehingga ia merupakan masalah vital dalam hidupnya. Orang melakukan komunikasi karena desakan pemenuhan needs tersebut dan akan mengabaikan bahkan berhenti bilamana dalam

komunikasi itu tidak memberikan keuntungan baik masa kini maupun masa yang akan datang.

Selanjutnya Wilbur Schramm mengemukakan apa yang disebut dengan *availability* (mudahnya diperoleh dan *contrast* (perbedaan yang menyolok). Kedua hal ini ditunjukkan terutama dalam penggunaan tanda-tanda komunikasi (*sign of communication*) dan penggunaan medium.

Availability berarti isi pesan itu mudah diperoleh sebab dalam persoalan yang sama orang selalu memilih yang paling gampang yaitu yang tidak terlalu banyak meminta energi dan atau biaya. Sedang *contrast* menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan dengan menggunakan tanda-tanda dan medium memiliki perbedaan yang tajam dengan keadaan sekitarnya, sehingga ia kelihatan atau kedengaran sangat menyolok dan dengan demikian mudah ditangkap oleh pancaindera. Sesuatu yang menyolok karena lebih nyaring, lebih terang, lebih besar atau merupakan gerak yang tiba-tiba, perubahan pada suara tiba-tiba, intensitas, irama, dan sebagainya. Dalam batas-batas yang mudah diperoleh haruslah diperhatikan cara mengkonstruksikan segala hal-hal yang menyolok itu.

Perlu diingat bahwa kelanggengan perhatian itu, tidak saja ditentukan karena mudahnya diperoleh dan kontrasnya pesan itu tetapi juga karena kualitas isi pesan yang dilontarkan.

Dalam menentukan tema dan materi atau isi pesan yang akan dilontarkan kepada khalayak sesuai dengan kondisinya dikenal dua bentuk penyajian permasalahan yaitu yang, *one side issue* (sepihak dan *both side issue* (kedua belah pihak).

One side issue dimaksudkan penyajian masalah yang bersifat yaitu hanya mengemukakan hal-hal yang positif saja, ataukah hal-hal yang negatif saja kepada khalayak. Sebaliknya *both side issue* suatu permasalahan yang disajikan baik negatifnya maupun positifnya. Juga dalam mempengaruhi khalayak, permasalahan itu diketengahkan baik konsepsi dari komunikator maupun konsepsi atau pendapat-pendapat yang telah berkembang pada khalayak.

Untuk menentukan mana yang paling efektif, apakah *one side issue* atau *both side issue* agaknya lebih jelas bila kita menelaah hasil penelitian tiga orang sarjana dalam bidang komunikasi yaitu, Carl I. Hoveland, Arthur . Limsdale dan Fried D. Sheffield. Kesimpulan hasil penelitian ketiga orang ahli ini adalah sebagai berikut:

- a. kalau kita mengadakan komunikasi dengan orang-orang yang pada mulanya memang telah berbeda pendapat dengan kita, maka akan lebih efektif jika *both side issue* yang diberikan.
- b. Pada orang-orang yang sejak semula sudah ada persesuaian pendapat dengan kita akan lebih efektif kalau diberikan *one side issue*.

- c. Kepada orang-orang golongan terpelajar sebaiknya diberikan *both side issue*.
- d. Sedangkan kepada mereka yang bukan termasuk golongan terpelajar lebih baik kalau diberikan *one side issue*.

Selanjutnya *both side issue* hasilnya lebih efektif, bila diberikan kepada semua macam khalayak namun memerlukan waktu yang lama. Oleh karena itu bilamana menghendaki hasil yang secepat mungkin dapat dilakukan dengan *one side issue*.

Jadi perlu mendapat perhatian bahwa dalam komunikasi yang bertendensi mengubah sikap khalayak kepadanya harus disodorkan konsepsi yang positif. Dan sekali-kali bukan konsepsi yang negatif. Maksudnya memberikan hal-hal yang baik kepada khalayak yang sama sekali tidak mencela pendapat-pendapat dan sikap-sikapnya selama ini. Selanjutnya komunikasi yang lebih efektif bilamana tidak hanya mempersoalkan masalahnya saja melainkan menghubungkan masalah itu dengan orang-orang tertentu yang cukup dikenal sebagaimana dan berpengaruh dalam masyarakat, misalnya pahlawan-pahlawan yang mengagumkan tokoh masyarakat dan sebagainya.

Di samping itu masalah-masalah yang kurang penting atau prinsipil bagi khalayak biasanya lebih merebut pasaran. Sebaliknya masalah-masalah yang prinsipil atau yang penting (*relevance-quotient*) akan mengalami kesukaran untuk cepat diterima justru karena

masalah tersebut dianggap oleh khalayak suatu hal yang perlu pemikiran serius dan matang.

Setelah mengidentifikasi situasi dan kondisi khalayak serta telah menyusun pesan sedemikian rupa maka tahap selanjutnya adalah memilih metode penyampaian yang sesuai. Pemilihan metode ini harus disesuaikan dengan bentuk pesan, keadaan khalayak, fasilitas dan biaya. Anwar Arifin menawarkan metode komunikasi yang efektif yaitu (1) *redundancy*, (2) *canalizing*, (3) *informative*, (4) *persuasive*, (5) *educative*, dan (6) *cursive*.

Metode *redundancy* atau *repetition* adalah mempengaruhi rakyat dengan cara mengulang-ngulang pesan kepada khalayak. Dengan metode ini banyak manfaaat yang dapat ditarik. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan itu, karena justru berkontrasi pada pesan yang diulang-ulang, sehingga akan lebih banyak menarik perhatian.

Manfaat lainnya ialah bahwa khalayak tidak akan mudah melupakan pesan-pesan itu karena disampaikan secara berulang. Selanjutnya dengan metode *repetition* ini, komunikator dapat memperoleh kesempatan untuk memperbaiki kesalahan-kesalahan yang tidak disengaja dalam penyampaian-penyampaian sebelumnya.

Kendatipun metode *repetition* ini pada kondisi tingkat tertentu akan kehilangan magisnya. Pengulangan yang dilakukan terlampau banyak, bisa mencapai titik kekenyangan (*saturation point*) yang menurut Schramm

sebagai *redundancy* yang berlebihan. Sebab sesungguhnya manusia itu mempunyai kapasitas tertentu saja didalamnya menangkap atau menerima stimuli yang ditujukan kepadanya (*decoding efficiency*). Oleh sebab itu penyampaian yang diulang-ulang itu dilakukan dalam waktu tertentu dan frekuensi tertentu serta dengan variasi-variasi yang menarik dan tidak membosankan.

Untuk merubah pendirian, pendapat dan sikap-sikap seseorang bukanlah hal yang mudah. Seperti yang telah dikemukakan di muka hal-hal yang mengikat individu dalam penerimaan suatu rangsangan adalah kerangka referensi (*frame of reference*) dan lapangan pengalaman (*field of experience*). Segala sesuatu yang tidak cocok dengan itu akan ditolak dengan khalayak. Justru itu dalam mempengaruhi khalayak haruslah terlebih dahulu mengerti tentang kerangka referensi dan lapangan pengalaman dari khalayak tersebut, dan kemudian menyusun pesan dan metode yang sesuai dengan itu.

Hal tersebut dimaksudkan agar khalayak tersebut pada permulaan dapat menerima pesan yang kita lontarkan kepadanya, kemudian secara perlahan-lahan dirobah pada pemikiran dan sikapnya yang ada ke arah yang kita kehendaki. Cara inilah yang disebut dengan metode *canalizing*. Maksudnya komunikator menyediakan saluran-saluran tertentu untuk menguasai motif-motif yang ada pada khalayak.

Jadi dalam proses komunikasi, komunikator terlebih dahulu mengenal khayalaknya dan mulai melontarkan idenya sesuai dengan kepribadian, sikap-sikap dan motif khayalak. Dapat pula komunikator memulai komunikasinya dimana khalayak berada (*start where the audience*) kemudian diubah sedikit demi sedikit kearah tujuan komunikator.

Juga termasuk dalam proses *canalizing* ialah memahami dan meneliti pengaruh kelompok individu atau khayalah. Seperti dijelaskan diatas bahwa untuk berhasilnya komunikasi ini haruslah dimulai dari memenuhi nilai-nilai dan standar kelompok dan masyarakat dan secara berangsur-angsur kemudian mengubahnya kearah yang dikehendaki. Akan tetapi bila hal ini ternyata tidak mungkin maka kelompok tersebut secara perlahan-lahan dipecahkan sehingga anggota-anggota kelompok itu sudah tidak memiliki hubungan yang erat. Dengan demikian pengaruh kelompok akan menipis dan akhirnya akan hilang sama sekali. Dalam keadaan demikian maka pesan yang dilontarkan akan cepat diterima oleh komunikan.

Selain itu dikenal juga teori dari K. Berlon yaitu *inference theory of empathy* atau teori penurunan dari penempatan diri kedalam diri orang lain. Artinya komunikator mengandaikan diri (pribadi khayal) bagaimana kalau ia berada dalam posisi sebagai komunikan. Adanya pribadi khayal ini, sehingga komunikator menemukan dan mengidentifikasi

persamaan-persamaan serta perbedaan-perbedaan dengan khalayak, yang selanjutnya komunikator dengan mudah pula melakukan penyesuaian diri dengan khalayak tersebut.

Daniel Lerner, menyebut *empathy*, sebagai kesanggupan seseorang melihat diri sendiri kedalam situasi orang lain dan merupakan kepribadian yang mobil. Artinya mudah menyesuaikan diri dengan kondisi, situasi dan kepribadian orang yang dihadapi.

Dalam dunia komunikasi massa dikenal salah satu bentuk pesan yang bersifat informatif yaitu suatu isi pesan yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan cara (metoda) memberikan penerangan.

Penerangan berarti menyampaikan suatu dengan apa adanya apa sesungguhnya. Dengan kata lain menyampaikan sesuatu sesuai dengan fakta-fakta dan data-data benar serta pendapat-pendapat yang benar. Seperti yang ditulis oleh Jawoto bahwa fungsi penerangan adalah:

1. memberikan informasi tentang fakta semata-mata, juga fakta yang bersifat kontroversial atau
2. memberikan informasi atau menuntun umum kearah suatu pendapat.

Jadi dengan penerangan (*information*) berarti pesan-pesan yang dilontarkan berisi tentang fakta-fakta dan pendapat-pendapat yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya sehingga bagi komunikan dapat diberikan kesempatan untuk menilai, menimbang-

nimbang dan mengambil keputusan atas dasar pemikiran-pemikiran yang sehat.

Metode informatif lebih ditujukan kepada penggunaan pikiran khalayak dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa, keterangan, penerangan, berita dan sebagainya.

Persuasive berarti mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikirannya, maupun (terutama) perasaannya. Metode persuasive ini merupakan suatu cara untuk mempengaruhi kemunikan dengan tidak diberi kesempatan untuk banyak berpikir kritis, bahkan kalau perlu khalayak itu dapat terpengaruh secara tidak sadar (*suggestive*). Dengan demikian metode ini komunikator terlebih dahulu menciptakan situasi dimana komunian mudah terkena sugesti (*suggestible*).

Situasi mudah kena sugesti ditentukan oleh kecakapan untuk meng sugestikan atau menyarankan sesuatu kepada komunikan (*suggestivity*) dan mereka itu sendiri diliputi oleh keadaan mudah untuk menerima pengaruh (*suggestibility*). Jadi dipihak yang meng sugestikan khalayak akan menciptakan situasi bagaimana khalayak itu supaya mudah kena sugesti, adalah proses mental sebagai hasil penerimaan yang tidak kritis dan direalisasikan dalam perbuatan atau kepercayaan atau cita-cita yang dipengaruhi oleh orang lain.

Untuk terjadinya suatu sugesti pada individu atau khalayak dapat dipermudah dengan jalan:

1. menghambat (*inhibition*)
2. memecahbelah (*to destroy*) proses berpikirnya.

Hambatan dalam proses berpikir dapat terjadi karena:

- a. kelelahan
- b. perangsang-perangsang emosional

Selanjutnya dengan metode persuasif ini, pesan itu akan selalu berisi selain fakta-fakta pendapat-pendapat juga dapat berisi non fakta dan bentuk pernyataannya dapat berupa propaganda, reklame dan sebagainya.

Educative method (metode pendidikan) sebagai salah satu usaha untuk mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang akan berisi pendapat-pendapat, fakta-fakta dan pengalaman-pengalaman. Metode ini dapat juga disebut metode mendidik.

Mendidik berarti memberikan suatu ide kepada khalayak, apa adanya, di atas fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenarannya, dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tujuan dan tingkah laku manusia yang diinginkan. Dengan metode edukatif ini, diharapkan akan memberikan pengaruh yang mendalam kepada khalayak kendatipun hal ini akan memakan waktu yang sedikit lebih lama dibanding dengan memakai persuasif.

Coorsive methood, berarti mempengaruhi khalayak dengan cara memaksa. Dalam hal ini khalayak dipaksa

tanpa perlu berpikir lebih banyak lagi, untuk menerima gagasan-gagasan atau ide-ide yang dilontarkan. Oleh karena itu pesan dari komunikator ini selain pendapat-pendapat juga berisi ancaman-ancaman.

Metode ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah dan intimidasi-intimidasi dan untuk pelaksanaannya yang lebih lancar biasanya dibelakangnya beridiri suatu kekuatan yang mendukungnya tentu efeknya akan lebih besar.

Demikianlah beberapa metode penyampaian atau cara mempengaruhi orang lain yang pada dasarnya masing-masing dapat digunakan dan dapat menciptakan efektivitas sesuai dengan kondisi khalayak. Metode-metode yang disebutkan itu dapat saja dipergunakan secara bersama-sama sehingga kekurangan yang satu dapat ditutupi oleh orang lain demikian juga sebaliknya.

Tahap terakhir sebelum suatu pesan atau kebijaksanaan lembaga disampaikan kepada masyarakat perlu dipertimbangkan tentang penggunaan media atau saluran yang lebih efektif. Didalam ilmu komunikasi dikenal komunikasi langsung (*face to face*) dan media massa (pers, radio, film dan televisi). Jika sasaran hanya terdiri beberapa orang saja dan lokasinya dapat dijangkau dapat digunakan komunikasi langsung termasuk jika sasarannya internal publik bisa dilakukan melalui pertemuan-pertemuan. Jika sasarannya banyak orang dan tersebar di mana-mana, maka saluran yang sesuai adalah media massa.

Sebagaimana dalam menyusun pesan kita harus selektif dalam arti menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak, maka dengan sendirinya dalam penggunaan media pun harus demikian adanya. Justru itu selain kita harus berpikir dalam jalinan faktor-faktor komunikasi juga masalah situasi sosial-psikologis harus diperhitungkan pula. Hal ini karena masing-masing medium tersebut mempunyai keunggulan dan kelemahan-kelemahan tersendiri sebagai alat.

Media massa dapat dibagi, media yang dapat dilihat oleh mata saja seperti surat kabar, majalah dan sebagainya yang para ahli menyebutnya *the visual media*. Selain itu ada pula media yang hanya dapat ditangkap oleh alat pendengaran seperti radio, telepon dan sebagainya. Golongan media disebut *the audial media*. Sedangkan media yang dapat dilihat dan didengar bahkan kelihatan hidup seperti film dan televisi disebut *the audiovisual media*. Mengenai media ini akan dibahas lebih jauh pada bab berikutnya.

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada hakikatnya *public relations* adalah suatu teknik atau metode atau cara yang sistematis guna melakukan pendekatan-pendekatan (*approach*) terhadap masyarakat, maka komunikasi memegang peranan penting. Sebab setiap pendekatan selalu dapat diciptakan melalui proses batiniah sebagai hasil hubungan antar manusia. Hubungan ini tidak pernah akan terwujud tanpa komunikasi antar manusia dengan

metode-metode pendekatan yang efektif sebagaimana dijelaskan di atas.

Jadi ketergantungan *public relations* pada komunikasi semakin dirasakan dan semakin dibutuhkan. Itulah sebabnya seseorang yang ingin diangkat menjadi pejabat atau petugas hubungan masyarakat (*public relations officer*) haruslah memiliki latarbelakang pengetahuan strategi dan tehnik-tehnik berkomunikasi yang efektif dan akan terus belajar mengenai tehnik-tehnik dan metode-metode komunikasi dalam rangka kesuksesan tugasnya.



BAB III KONTEKS-KONTEKS KOMUNIKASI

Komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa-sosial, melainkan dalam konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks disini nerarti semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi, yang terdiri dari: pertama, aspek bersifat fisik seperti iklim, cuaca, suhu udara, bentuk ruangan, warna dinding, penataan tempat duduk, jumlah peserta komunikasi, dan alat yang tersedia untuk menyampaikan pesan; kedua, aspek psikologis, seperti: sikap, kecenderungan, prasangka, dan emosi para peserta komunikasi; ketiga, aspek sosial, seperti: norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya; dan keempat, aspek waktu, yakni kapan berkomunikasi (hari apa, jam berapa, pagi, siang, sore, malam).

Banyak pakar komunikasi mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya. Sebagaimana juga definisi komunikasi, konteks komunikasi ini diuraikan

secara berlainan. Istilah-istilah lain juga digunakan untuk merujuk pada konteks (*context*) yang lazim, situasi (*situation*), keadaan (*setting*), arena, jenis (*kind*), cara (*mode*), pertemuan (*encounter*), dan kategori. Menurut Verderber misalnya, konteks komunikasi terdiri dari: konteks fisik, konteks sosial, konteks historis, konteks psikologis, dan konteks kultural.

Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya atau tingkatnya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi. Maka dikenallah komunikasi intrapribadi, komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok (kecil), komunikasi publik, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa.

A. KOMUNIKASI INTRAPRIBADI

Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*) adalah komunikasi dengan diri-sendiri. Contohnya berpikir. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antarpribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya, meskipun dalam disiplin komunikasi tidak dibahas secara rinci dan tuntas. Dengan kata lain komunikasi intrapribadi ini melekat pada komunikasi dua-orang, tiga-orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan diri-sendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi kita

dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri-sendiri.

B. KOMUNIKASI ANTARPRIBADI

Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap-muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*) yang melibatkan hanya dua orang, seperti suami-istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid, dan sebagainya. Ciri-ciri komunikasi diadik adalah pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat, pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan baik secara verbal maupun nonverbal. Keberhasilan komunikasi menjadi tanggung jawab para peserta komunikasi. Kedekatan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respons nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat.

C. KOMUNIKASI KELOMPOK

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama

lain untuk mencapai tujuan yang bersama (adanya saling ketergantungan), mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut, meskipun setiap anggota boleh jadi punya peran yang berbeda. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat, kelompok diskusi, kelompok pemecah suatu permasalahan, atau suatu komite yang tengah rapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil (*small group communication*), jadi bersifat tatap-muka. Umpan balik (*feedback*) dari seorang peserta komunikasi kelompok masih bisa diidentifikasi dan ditanggapi langsung oleh peserta lainnya. Komunikasi kelompok dengan sendirinya melibatkan juga komunikasi antarpribadi, karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

D. KOMUNIKASI PUBLIK

Komunikasi publik (*public communication*) adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah atau kuliah umum. Beberapa pakar komunikasi menggunakan istilah komunikasi kelompok besar (*large group communication*) untuk komunikasi ini.

Komunikasi Publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kemampuan menghadapi sejumlah orang besar. Daya tarik fisik pembicara bahkan sering merupakan faktor penting yang menentukan efektivitas pesan, selain keahlian dan kejujuran pembicara. Tidak seperti komunikasi antarpribadi yang melibatkan pihak-pihak yang sama-sama aktif, satu pihak (pendengar) dalam komunikasi publik cenderung pasif. Umpan balik yang diberikan terbatas, terutama umpan balik bersifat verbal. Umpan balik nonverbal lebih jelas diberikan orang-orang yang duduk di jajaran depan, karena merekalah yang paling jelas terlihat. Sesekali pembicara menerima umpan balik bersifat serempak, seperti tertawa atau tepuk tangan. Ciri komunikasi publik adalah terjadi di tempat umum (publik).

E. KOMUNIKASI ORGANISASI

Komunikasi organisasi (*organizational communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Oleh karena itu, organisasi dapat diartikan sebagai kelompok dari kelompok-kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpersonal, dan ada kalanya juga komunikasi publik.

Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horisontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk selentingan dan gosip.

F. KOMUNIKASI MASSA

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik). Meskipun khalayak ada kalanya menyampaikan pesan kepada lembaga (dalam bentuk saran-saran yang sering tertunda), proses komunikasi didominasi oleh lembaga, karena lembagalah yang menentukan agendanya. Komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, dan komunikasi organisasi berlangsung juga dalam proses untuk mempersiapkan pesan yang disampaikan media massa ini.



BAB IV RUANG LINGKUP KOMUNIKASI

Bidang komunikasi merupakan bidang sosial yang mengkaji kehidupan manusia, yakni jenis kehidupan yang satu dengan jenis kehidupan yang lainnya dan di dalamnya terdapat beberapa perbedaan yang khas, dan kekhasan ini menyangkut pula proses komunikasi.

William F. Glueck dalam Robin dan Jones (1996:8), menyatakan bahwa komunikasi dapat dibagi dalam dua bagian utama, yaitu:

1. *Interpersonal Communication* (komunikasi antar-pribadi), yaitu proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih di dalam suatu kelompok kecil manusia.
2. *Organization Communication* (komunikasi organisasi), di mana pembicaraan sistematis memberikan informasi dan memindahkan pengertian kepada orang banyak di dalam suatu organisasi dan kepada pribadi-

pribadi dalam lembaga-lembaga di luar yang ada hubungan.

Menurut Effendi (1993:52) bidang komunikasi meliputi:

- a. Komunikasi sosial (*social communication*)
- b. Komunikasi organisasional/manajemen (*organizational/ management communication*)
- c. Komunikasi bisnis (*business communication*)
- d. Komunikasi politik (*political communication*)
- e. Komunikasi internasional (*international communication*)
- f. Komunikasi antarbudaya (*intercultural communication*)
- g. Komunikasi pembangunan (*development communication*)
- h. Komunikasi tradisional (*traditional communication*)

Dari kedua pernyataan tersebut nampak bahwa pada pokoknya komunikasi dapat terjadi antarpribadi maupun kelompok (organisasi) lainnya dengan ruang lingkup meliputi berbagai bidang, seperti bidang sosial, budaya, politik, bisnis, manajemen, dan sebagainya, baik yang berskala tradisional, nasional maupun internasional. Bidang-bidang komunikasi yang lainnya diantaranya *family communication*, *healt communication*, dan sebagainya, yang sebenarnya masih merupakan salah satu aspek dari salah satu bidang komunikasi yang tersebut di atas.

Selain itu, Lewis dalam Rahman (2000:3), mengklasifikasikan komunikasi sebagai berikut:

1. Komunikasi yang tidak terprogram.
2. Komunikasi yang terprogram termasuk penyesuaian atau koordinasi program sehari-hari.
3. Komunikasi yang menyiapkan data yang dibutuhkan untuk pelaksanaan program-program, dan;
4. Komunikasi untuk mempersiapkan informasi tentang hasil-hasil dari aktivitas-aktivitas organisasi/ manajemen.

Menurut Muhammad (2001:5) komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun nonverbal antara sipengirim dengan sipenerima pesan untuk mengubah tingkah laku. Proses komunikasi yang terjadi merupakan proses yang timbal balik karena si pengirim dan si penerima saling mempengaruhi satu sama lain. Sedangkan pengertian yang lain dari komunikasi adalah memberikan informasi, pesan, gagasan, ide, pikiran, perasaan, kepada orang lain dengan maksud agar orang lain berpartisipasi yang pada akhirnya informasi, pesan, gagasan, ide, pikiran, perasaan tersebut menjadi milik bersama antar komunikator dan komunikan (Soeharto, 1995:11)

Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa komunikasi adalah proses yang timbal balik antara si pengirim kepada si penerima yang saling mempengaruhi satu sama lain dan di dalamnya terdapat informasi, pesan, gagasan, ide, pikiran, dan perasaan.

Sedangkan kemampuan berkomunikasi menurut Soeharto (1995: 22) adalah kemampuan pendidik dalam

menciptakan iklim komunikatif antara pendidik dengan peserta didik dalam kegiatan proses pembelajaran sesuai dengan tujuan mencerdaskan kedadupan bangsa.

1. Unsur-unsur Komunikasi

Unsur-unsur komunikasi menurut Muhammad (2001:17-18) ada 5 yaitu:

a. Pengirim pesan

Pengirim pesan adalah individu atau orang yang mengirim pesan-pesan atau informasi yang akan dikirimkan berasal dari otak si pengirim pesan.

b. Pesan

Pesan adalah informasi yang akan dikirimkan kepada sipenerima pesan. Ini dapat berupa verbal maupun nonverbal.

c. Saluran

Saluran adalah jalan yang dilalui pesan dari sipengirim dengan sipenerima.

d. Penerima pesan

Penerima pesan adalah yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.

e. Balikan

Balikan adalah *respons* terhadap pesan yang diterima yang dikirimkan kepada si pengirim pesan. interpretasikan sama oleh sipenerima berarti komunikasi tersebut efektif.

2. Bentuk Komunikasi

Bentuk-bentuk komunikasi menurut Djamarah (2001:12-13) terdapat dua bentuk, yaitu komunikasi satu arah (*one way communication*), dan komunikasi dua arah (*two way communication*) yaitu:

a. Komunikasi satu arah

Komunikasi satu arah atau komunikasi sebagai aksi menempatkan sebagai seorang pendidik, sebagai pemberi aksi dan peserta didik sebagai penerima aksi. Dalam suatu sekolah misalnya, antara pendidik dan peserta didik sama-sama aktif dalam memberi serta menerima pesan. Komunikasi satu arah memiliki kelebihan antara lain:

1. Dapat berlangsung cepat dan efisien
2. Dapat melindungi pendidik, sehingga orang tua atau para peserta didik tidak dapat melihat dan menilai kesalahan serta kelemahan seorang pendidik.

Disamping kelebihan, komunikasi satu arah juga memiliki kelemahan, yaitu:

1. Kepemimpinan bersifat otoriter
2. Dapat menimbulkan ketidakjelasan, salah paham, penafsiran yang keliru, sentimen dan banyak ketegangan.

b. Komunikasi dua arah

Dalam komunikasi dua arah atau komunikasi sebagai interaksi, maka seorang pendidik sebagai pemberi maupun penerima aksi, demikian pula dengan para peserta didiknya. Dalam dunia ilmu komunikasi,

maka baik antara pendidik ataupun peserta didiknya dapat bertugas sebagai pemberi aksi atau penerima aksi artinya antara pendidik dan peserta didik akan terjadi dialog, serta saling membutuhkan satu sama lain.

Seperti halnya komunikasi satu arah, maka komunikasi dua arah juga memiliki beberapa kelebihan dan kelemahan. Kelebihan dari komunikasi dua arah adalah:

1. Semua perintah atau pesan dapat diterima dengan lebih akurat atau tepat, karena dapat ditanyakan dan didiskusikan apabila kurang dapat dimengerti.
2. Bisa dikurangi salah paham dan salah interpretasi.
3. Suasana lebih demokratis.

Sedangkan kelemahan-kelemahan dari komunikasi dua arah:

1. Komunikasi berlangsung lebih lambat.
2. Kemungkinan muncul sikap “menyerang” pada peserta didik dan sikap bertahan pada diri seorang pendidik.
3. Setiap saat dapat timbul masalah baru yang dapat menyulitkan posisi pendidik

3. Proses Komunikasi

Proses komunikasi menurut Uchjana (2001:11-17) terbagi menjadi dua tahap, yaitu:

a. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*)

sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna yang secara langsung mampu menterjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa adalah yang paling banyak digunakan dalam proses komunikasi secara primer karena hanya bahasalah yang mampu menterjemahkan pikiran dan perasaan orang lain baik berupa ide, informasi, dan opini. Sedangkan isyarat, gambar, dan warna digunakan dalam keadaan tertentu untuk mendukung media bahasa dalam penyampaian pesan atau pikiran.

b. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan Komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi adalah surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan lain-lain. Keefektifan dan efisien dalam menyampaikan pesan adalah komunikasi tatap muka karena kerangka acuan komunikan dapat diketahui oleh komunikator, dan dalam umpan balik berlangsung seketika dalam arti komunikator mengetahui tanggapan atau reaksi komunikan pada saat itu juga.

Dari penjelasan di atas tentang proses komunikasi yang terdiri dari proses komunikasi secara primer dan proses komunikasi secara sekunder, maka dalam komunikasi pendidik yaitu komunikasi yang terjadi antara pendidik dengan peserta didiknya menggunakan proses komunikasi secara primer, karena jelas antara pendidik dan peserta didik. komunikasi yang terjadi adalah komunikasi dalam situasi tatap muka, dimana tanggapan komunikan akan dapat segera diketahui dan umpan balik yang terjadi secara langsung sehingga komunikasi primer lebih efektif dan efisien dibandingkan proses komunikasi sekunder. Dalam proses komunikasi sekunder seperti yang telah dijelaskan di atas terjadi dalam situasi antara komunikator dan komunikan relatif jauh dan tidak selalu terjadi dalam situasi tatap muka.

Keterampilan berkomunikasi seorang pendidik sebagai penanggungjawab di kelas dalam kegiatan proses belajar mengajar mencakup 4 kemampuan pokok, yaitu:

1. Kemampuan pendidik mengembangkan sikap positif dalam kegiatan pelayanan, Kemampuan ini terdiri dari:
 - a. Mengenali kelebihan dan kekurangan diri peserta didik dalam kegiatan proses belajar mengajar.
 - b. Membantu peserta didik menumbuhkan kepercayaan diri dalam kegiatan proses belajar mengajar.
 - c. Membantu memperjelas pikiran dan perasaan sehingga dapat dipahami orang lain dan dapat bertukar pikiran dalam kegiatan proses belajar mengajar.

2. Kemampuan pendidik untuk bersikap luwes dan terbuka dalam kegiatan proses belajar mengajar, Kemampuan ini terdiri dari:
 - a. Menunjukkan sikap terbuka terhadap pendapat dan masukan peserta didik.
 - b. Menunjukkan sikap luwes dalam menyesuaikan diri di lingkungan sekolah.
 - c. Menerima peserta didik sebagaimana adanya.
 - d. Menunjukkan sikap sensitif, responsif dan simpatik terhadap perasaan kesukaran peserta didik dalam kegiatan proses belajar mengajar.
 - e. Menunjukkan sikap ramah, penuh pengertian, dan sabar terhadap berbagai macam karakter peserta didiknya.
3. Kemampuan pendidik untuk tampil secara bergairah dan bersungguh-sungguh dalam kegiatan proses belajar mengajar, Kemampuan ini terdiri dari:
 - a. Menunjukkan kegairahan dalam memberi bimbingan proses belajar mengajar dan layanan bersifat sukarela tanpa membedakan peserta didiknya.
 - b. Merangsang minat peserta didik untuk belajar mandiri.
 - c. Memberi kesan kepada peserta didik bahwa sekolah merupakan tempat yang nyaman untuk belajar, mengerjakan tugas, dan mencari ilmu pengetahuan lain yang diajarkan oleh para pendidik.

4. Kemampuan pendidik untuk mengelola interaksi antara pendidik dan peserta didik dalam kegiatan proses belajar mengajar.

Kemampuan ini terdiri dari:

- a. Mengembangkan hubungan yang sehat dan serasi dalam kegiatan proses belajar mengajar.
- b. Memberikan tuntutan agar interaksi antara peserta didik, pendidik, serta tenaga administrasi terpelihara dengan baik dalam kegiatan proses belajar mengajar
- c. Menekan perbuatan yang tidak diinginkan atau menyimpang dalam kegiatan proses belajar mengajar.

Berdasarkan pembahasan di atas tentang keterampilan komunikasi pendidik, maka penulis mengambil kesimpulan dalam studi kasus ini yang dijadikan indikator adalah mengembangkan sikap positif dalam kegiatan proses belajar, bersikap luwes dan terbuka dalam kegiatan proses belajar mengajar, tampil secara bergairah dan bersungguh-sungguh dalam kegiatan proses belajar mengajar, serta mampu mengelola interaksi antara pendidik dan peserta didik dalam kegiatan proses belajar mengajar.

STRATEGI KOMUNIKASI PENDIDIK

Dalam pelaksanaan suatu program, peran dan fungsi strategi merupakan salah satu faktor yang menentukan. Bahkan dapat di katakan bahwa sukses

tidaknya suatu program sangat ditentukan oleh jenis dan bentuk strategi yang dipilih. Begitu pentingnya strategi komunikasi pendidik. Nichols menyatakan bahwa strategi merupakan “*deceptive device*” yang berarti alat yang paling berbahaya dan riskan (Salusu:1996).

Pada mulanya istilah strategi digunakan dalam dunia militer yang diartikan sebagai cara penggunaan seluruh kekuatan militer untuk memenangkan suatu peperangan. Konsep strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategos*” yang berarti jenderal. Dalam konsep awalnya strategi memang banyak dikaitkan dengan dunia militer yakni upaya yang di tempuh oleh jenderal sebagai orang yang bertanggungjawab dalam peperangan (Wahyudi, 1996:16)

Strategi berbeda dengan taktik, jika kita memutuskan sebuah strategi apa yang seharusnya kita kerjakan maka sesungguhnya kita memutuskan sebuah strategi, sedangkan jika kita memutuskan bagaimana mengerjakan sesuatu maka itulah yang disebut taktik. Faturrohmah (2007), mengemukakan bahwa strategi adalah suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Pendapat lain dikemukakan Candler dalam Rangskuti (1999), menjelaskan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan Ahmad S. Adnan Putra dalam Ruslan (1999:106–107) mengatakan bahwa arti strategi adalah

bagian terpadu dari suatu perencanaan (*planning*) yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses *management*.

Newman dan Logan dalam Rusyan (1989:55), mengemukakan empat unsur strategi dari setiap usaha, yaitu:

1. Mengidentifikasi dan menetapkan spesifikasi dan kualifikasi hasil (*output*) dan sasaran (*target*) yang harus dicapai, dengan mempertimbangkan aspirasi dan selera masyarakat yang memerlukannya.
2. Mempertimbangkan dan memilih jalan pendekatan utama (*basic way*) yang paling efektif untuk mencapai sasaran.
3. Mempertimbangkan dan menetapkan langkah-langkah (*steps*) yang akan ditempuh sejak titik awal sampai dengan sasaran.
4. Mempertimbangkan dan menetapkan tolak ukur (kriteria) dan patokan ukuran (*standard*) untuk mengukur dan menilai tahap keberhasilan usaha.

Jika kita terapkan dalam konteks proses belajar mengajar, keempat unsur tersebut adalah:

1. Menetapkan spesifikasi dan kualifikasi tujuan pendidikan yakni perubahan perilaku peserta didik dalam menerima ilmu pengetahuan.
2. Mempertimbangkan dan memilih sistem pendekatan yang dipandang paling efektif, yaitu sering-seringlah bertanya kepada si pendidik.

3. Mempertimbangkan dan menetapkan langkah-langkah atau prosedur, metode/strategi dalam hal proses belajar mengajar.
4. Menetapkan norma-norma dan batas minimum ukuran keberhasilan atau kriteria dan ukuran baku keberhasilan proses belajar mengajar yang diterapkan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas dapat di simpulkan bahwa strategi adalah suatu skema atau skenario untuk mencapai sasaran, visi. Misi, dan tujuan pendidikan yang akan dicapai.

a. Komunikasi Antarpribadi

Sebagai makhluk sosial setiap manusia memerlukan kehadiran manusia lain untuk berkomunikasi, berkelompok saling bantu membantu dan memenuhi kebutuhannya. Usaha manusia untuk memenuhi kebutuhannya itu tidak bisa dilakukan sendiri sehingga memerlukan bantuan dan kerjasama dengan orang lain. Kondisi demikian mengharuskan manusia berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya dalam lingkungan kelompok maupun kehidupan bermasyarakat yang lebih luas.

Mendefinisikan istilah komunikasi adalah seperti mencoba mendefinisikan tujuan kehidupan itu sendiri terdapat sejumlah besar penafsiran dan sudut pandang. Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Dan bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu

masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi di mana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri berbagi informasi (*information sharing*) untuk mencapai tujuan bersama.

Komunikasi dalam proses belajar mengajar merupakan unsur yang sangat penting peranannya dalam menentukan keberhasilan seorang pendidik yang bersangkutan. Di dalam pelaksanaan pendidikan formal tampak jelas adanya peran komunikasi yang sangat penting. Proses belajar mengajar sebagian besar terjadi karena proses komunikasi, baik yang berlangsung intrapersonal (berfikir, mempersepsikan, mengingat, dan mengindera) maupun secara antarpersonal (bentuk komunikasi yang berproses dari adanya ide atau gagasan informasi seseorang kepada orang lain).

Dalam proses belajar mengajar sering kita jumpai kegagalan-kegagalan, hal ini biasanya dikarenakan lemahnya sistem komunikasi. Untuk itu seorang pendidik perlu mengembangkan pola komunikasi efektif dalam proses belajar mengajar. Komunikasi di pendidik di sekolah yang di maksudkan di sini adalah hubungan atau interaksi antara pendidik dengan peserta didik pada saat proses belajar mengajar berlangsung.

Menyebutkan ada tiga pola komunikasi yang dapat digunakan untuk mengembangkan interaksi dinamis antara pendidik dengan peserta didik, yaitu:

1. Komunikasi sebagai aksi atau komunikasi satu arah (*linier*) yaitu proses di mana pesan di ibaratkan

mengalir dari sumber dengan melalui beberapa komponen menuju kepada komunikan. Defenisi ini sesuai dengan pendapat Everett M. Rogers yang mengatakan “komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”. (Mulyana, 2002: 62).

Dalam komunikasi ini pendidik berperan sebagai pemberi aksi dan peserta didik sebagai penerima aksi. pendidik aktif dan peserta didik pasif. Ceramah pada dasarnya adalah komunikasi satu arah, atau komunikasi sebagai aksi. Komunikasi jenis ini kurang menghidupkan kegiatan peserta didik dalam proses belajar mengajar.

2. Komunikasi sebagai interaksi atau komunikasi dua arah

Yaitu komunikasi dengan proses sebab akibat atau aksi reaksi yang arahnya bergantian. Dalam konteks ini komunikasi melibatkan komunikator yang menyampaikan pesan baik verbal maupun nonverbal kepada komunikan yang langsung memberikan respon berupa verbal maupun nonverbal secara aktif dinamis dan timbal balik. Komunikasi sebagai proses ini di pandang lebih dinamis dibandingkan dengan komunikasi sebagai tindakan searah.

Pada komunikasi ini pendidik dan peserta didik dapat berperan sama yaitu pemberi aksi dan penerima aksi. Di sini, sudah terlihat hubungan dua arah tetapi

terbatas antara pendidik dan peserta didik secara individual. Antara pendidik dengan peserta didik tidak ada hubungan, peserta didik tidak dapat berdiskusi dengan temannya atau bertanya sesama peserta didik. Antara pendidik dengan peserta didik saling memberi dan menerima. Komunikasi ini lebih baik dari pada yang pertama, sebab kegiatan pendidik dan peserta didik relatif sama dalam proses belajar mengajar.

3. Komunikasi banyak arah atau komunikasi sebagai transaksi.

Yaitu proses memahami dan berbagi makna, dalam konteks ini komunikasi tidak membedakan pengirim dan penerima pesan dan tidak lagi berorientasi kepada sumber, karena komunikasi ini melibatkan banyak individu dan tampak bahwa komunikasi bersifat dinamis.

Komunikasi ini tidak hanya melibatkan interaksi dinamis antara pendidik dengan peserta didik tetapi juga melibatkan interaksi yang dinamis antara peserta didik yang satu dengan peserta didik yang lainnya. Proses pembelajaran dengan pola komunikasi ini mengarah pada proses pengajaran yang mengembangkan kegiatan peserta didik yang optimal, sehingga menumbuhkan peserta didik belajar aktif dan mandiri. Diskusi dan simulasi merupakan strategi yang dapat mengembangkan komunikasi pendidik berkelanjutan.

Komunikasi tidak berlangsung dalam suatu ruang hampa-sosial, melainkan dalam suatu konteks, yang terdiri dari aspek bersifat fisik, aspek psikologis, aspek sosial, dan aspek waktu. Mulyana (2001: 70), mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya, salah satu diantaranya adalah komunikasi intrapersonal yaitu komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Orang itu berperan baik sebagai komunikator atau komunikan. Dia berbicara kepada dirinya sendiri, dia berdialog dengan dirinya, dia bertanya kepada dirinya dan dijawab oleh dirinya sendiri. Komunikasi intrapersonal mencakup saat di mana seseorang membayangkan mempersepsikan dan menyelesaikan berbagai persoalan pada dirinya sendiri.

Lebih jauh Gouran, Miller dan Wiethoff dalam Nurhisani, (2004) mendefinisikan komunikasi intrapersonal adalah interaksi antara seseorang dengan orang lain dalam beberapa waktu, sehingga keduanya saling beradaptasi sebagai individu yang unik. Pendapat ini memandang bahwa komunikasi yang unik dan berbeda dengan komunikasi yang lain karena: (1) ada beberapa partisipan yang terlibat, (2) Interaksi yang terjadi sangat dekat, (3) interaksinya dapat dengan melihat, mendengar, menyentuh, tersenyum melalui beberapa saluran dan; (4) umpan balik dapat terjadi segera. Ringkasnya komunikasi intrapersonal diartikan sebagai komunikasi yang

terjadi antara orang-orang yang telah saling kenal dan dapat berlangsung kapan saja dan dimana saja.

Sedangkan Devito (1992), mengemukakan bahwa komunikasi intrapersonal sebagai komunikasi yang terjadi diantara orang dan tercipta suatu *relationship*, termasuk pada komunikasi ini adalah komunikasi antara anak dan ibu, antara dua saudara perempuan, antara pendidik dengan peserta didik, antara dua pasangan cinta, dua sahabat dan seterusnya.

Sehubungan dengan itu, ada empat fungsi komunikasi intrapersonal menurut Bochers dalam Lilieo (1980) yaitu: (1) menggali informasi tentang orang lain; (2) membangun pemahaman yang sama dengan orang lain dalam konteks tertentu; (3) membuka diri; (4) mengekspresikan kebutuhan pribadi;


Usaha menggali informasi tentang orang lain diperlukan untuk berinteraksi dengan mereka secara lebih efektif. Kejelasan informasi dapat memprediksi bagaimana pikiran, perasaan dan aktivitas mereka. Setelah itu diupayakan membangun pemahaman yang sama dalam konteks tertentu guna kesesuaian hubungan. Hal tersebut dapat dijalin apabila satu sama lain saling membuka diri.

Proses pengolahan informasi dalam komunikasi intrapersonal menurut Deddy Mulyana dalam Syaiful Rohim (2009: 59) meliputi:

1. Sensasi, yakni penerimaan informasi melalui alat penginderaan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Bila alat-alat indra mengubah informasi menjadi impuls-impuls saraf dengan bahasa yang dipahami oleh otak, maka terjadilah proses sensasi. Sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak menimbulkan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indra.
2. Persepsi, yakni pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan, yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi merupakan pemberian makna pada stimulus indrawi (*sensory stimuli*). Sensasi adalah bagian dari persepsi, setiap saat stimulus mengenai indra kita, namun menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi tetapi juga atensi, ekpektasi, motivasi, dan memori.
3. Memori, yakni sistem yang sangat terstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya. Setiap saat pula stimulus itu direkam secara sadar atau tidak sadar. Secara singkat memori melewati tiga proses yakni: perekaman, penyimpanan, dan pemanggilan.

Berpikir, dalam berpikir kita melihat semua proses yang kita sebut sebagai sensasi, persepsi dan memori. Berpikir melibatkan penggunaan lambang, visual atau

grafis. Berpikir kita lakukan untuk memahami realitas dalam rangka mengambil keputusan, memecahkan persoalan dan menghasilkan yang baru. Dengan kata lain berfikir adalah sebagai proses penarikan kesimpulan.



BAB V DEFINISI KOMUNIKASI DAN BEBERAPA TEORI-TEORI

Istilah *Komunikasi* dalam bahasa inggris *Communication* berasal dari kata latin *Communicatio* dan sumber katanya dari *Cummunis* yang berarti Sama (Sama makna).

a. Harold Laswell

Komunikasi adalah gambaran mengenai siapa, mengatakan apa, melalui media apa, kepada siapa, dan apa efeknya.

b. Raymond Ross

Komunikasi adalah proses menyortir, memilih, dan pengiriman simbol-simbol sedemikian rupa agar membantu pendengar membangkitkan respons/ makna dari pemikiran yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator.

c. Gerald R. Miller

Komunikasi terjadi saat satu sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan niat sadar untuk mempengaruhi perilaku mereka.

d. Everett M. Rogers

Komunikasi adalah proses suatu ide dialihkan dari satu sumber kepada satu atau banyak penerima dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

e. Carl I. Hovland

Komunikasi adalah suatu proses yang memungkinkan seseorang menyampaikan rangsangan (biasanya dengan menggunakan lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain.

f. New Comb

Komunikasi adalah transmisi informasi yang terdiri dari rangsangan diskriminatif dari sumber kepada penerima.

g. Bernard Barelson & Garry A. Steiner

Komunikasi adalah proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, grafis, angka, dsb.

h. Colin Cherry

Komunikasi adalah proses dimana pihak-pihak saling menggunakan informasi dengan untuk mencapai tujuan bersama dan komunikasi merupakan kaitan hubungan yang ditimbulkan oleh penerus rangsangan dan pembangkitan balasannya.

i. Hovland, Janis dan Kelley

Komunikasi merupakan proses individu mengirim rangsangan (stimulus) yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain. Pada

definisi ini mereka menganggap komunikasi sebagai suatu proses.

j. Louis Forsdale

Menurut Forsdale (1981), ahli komunikasi dan pendidikan *“communication is the process by which a system is established, maintained and altered by means of shared signals that operate according to rules”*. Komunikasi adalah suatu proses dimana suatu sistem dibentuk, dipelihara, dan diubah dengan tujuan bahwa sinyal-sinyal yang dikirimkan dan diterima dilakukan sesuai dengan aturan.

k. William J. Seller

William J. Seller mengatakan bahwa komunikasi adalah proses dimana simbol verbal dan nonverbal dikirimkan, diterima dan diberi arti.

KOMPONEN KOMUNIKASI

Menurut Arni Muhammad (2005: 17-18) berpendapat bahwa komponen dasar komunikasi yaitu:

- a. Komunikator (Sumber) : Individu / orang yang mengirim pesan
- b. Message (Pesan): Informasi yang dikirimkan kepada sipenerima
- c. Media : Jalan yang dilalui pesai dari sipengirim dengan sipenerima.
- d. Sasaran / Komunikan (*Receiver*) : Yang menganalisa dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya

- e. Umpan Balik : Respon terhadap pesan yang diterima yang dikirimkan kepada si pengirim Pesan.

Komponen Komunikasi juga terdiri dari:

1. Komunikasi Lingkungan (konteks)

Konteks Komunikasi setidaknya-tidaknnya memiliki tiga dimensi yaitu:

- a. Fisik, adalah ruang dimana komunikasi berlangsung yang nyata atau berwujud.
- b. Sosial-psikologis, meliputi, misalnya tata hubungan status di antara mereka yang terlibat, peran yang dijalankan orang, serta aturan budaya masyarakat di mana mereka berkomunikasi. Lingkungan atau konteks ini juga mencakup rasa persahabatan atau permusuhan, formalitas atau informalitas, serius atau senda gurau.
- c. Temporal (waktu), mencakup waktu dalam hitungan jam, hari, atau sejarah dimana komunikasi berlangsung

2. Sumber – Penerima

Sumber-Penerima Kita menggunakan istilah sumber-penerima sebagai satu kesatuan yang tak terpisahkan untuk menegaskan bahwa setiap orang yang terlibat dalam komunikasi adalah sumber (atau pembicara) sekaligus penerima (atau pendengar).

3. Enkoding-Dekoding

Dalam ilmu komunikasi kita menamai tindakan menghasilkan pesan (misalnya, berbicara atau menulis) sebagai enkoding (*encoding*). Dengan

menuangkan gagasan-gagasan kita ke dalam gelombang suara atau ke atas selembar kertas, kita menjelmakan gagasan-gagasan tadi ke dalam kode tertentu. Jadi, kita melakukan enkoding.

Kita menamai tindakan menerima pesan (misalnya, mendengarkan atau membaca) sebagai dekoding (decoding). Dengan menerjemahkan gelombang suara atau kata-kata di atas kertas menjadi gagasan, anda menguraikan kode tadi. Jadi, anda melakukan dekoding.

4. Kompetensi Komunikasi

Kompetensi komunikasi mengacu pada kemampuan anda untuk berkomunikasi secara efektif (Spitzberg dan Cupach, 1989). Kompetensi ini mencakup hal-hal seperti pengetahuan tentang peran lingkungan (konteks) dalam mempengaruhi kandungan (*content*) dan bentuk pesan komunikasi (misalnya, pengetahuan bahwa suatu topik mungkin layak dikomunikasikan kepada pendengar tertentu di lingkungan tertentu, tetapi mungkin tidak layak bagi pendengar dan lingkungan yang lain).

5. Pesan

Pesan komunikasi dapat mempunyai banyak bentuk. Kita mengirimkan dan menerima pesan ini melalui salah satu atau kombinasi tertentu dari panca indra kita. Walaupun biasanya kita menganggap pesan selalu dalam bentuk verbal (lisan atau tertulis), ini bukanlah satu-satunya jenis pesan. Kita juga berkomunikasi secara nonverbal (tanpa kata). Sebagai

contoh, busana yang kita kenakan, seperti juga cara kita berjalan, berjabat tangan, menggelengkan kepala, menyisir rambut, duduk, dan. tersenyum. Pendeknya, segala hal yang kita ungkapkan dalam melakukan komunikasi.

6. Saluran

Saluran komunikasi adalah media yang dilalui pesan. Jarang sekali komunikasi berlangsung melalui hanya satu saluran, kita menggunakan dua, tiga, atau empat saluran yang berbeda secara simultan. Sebagai contoh, dalam interaksi tatap muka kita berbicara dan mendengarkan (saluran suara), tetapi kita juga memberikan isyarat tubuh dan menerima isyarat ini secara visual (saluran visual). Kita juga memancarkan dan mencium bau-bauan (saluran olfaktori). Seringkali kita saling menyentuh, ini pun komunikasi (saluran taktil).

7. Umpan Balik

Umpan balik adalah informasi yang dikirimkan balik ke sumbernya. Umpan balik dapat berasal dari anda sendiri atau dari orang lain. Dalam diagram universal komunikasi tanda panah dari satu sumber-penerima ke sumber-penerima yang lain dalam kedua arah adalah umpan balik. Bila anda menyampaikan pesan misalnya, dengan cara berbicara kepada orang lain anda juga mendengar diri anda sendiri. Artinya, anda menerima umpan balik dari pesan anda sendiri. Anda mendengar apa yang anda katakan, anda merasakan gerakan anda, anda melihat apa yang anda tulis. Selain

umpan balik sendiri ini, anda menerima umpan balik dari orang lain. Umpan balik ini dapat datang dalam berbagai bentuk: Kerutan dahi atau senyuman, anggukan atau gelengan kepala, tepukan di bahu atau tamparan di pipi, semuanya adalah bentuk umpan balik.

8. Gangguan

Gangguan (*noise*) adalah gangguan dalam komunikasi yang mendistorsi pesan. Gangguan menghalangi penerima dalam menerima pesan dan sumber dalam mengirimkan pesan. Gangguan dikatakan ada dalam suatu sistem komunikasi bila ini membuat pesan yang disampaikan berbeda dengan pesan yang diterima. Gangguan ini dapat berupa gangguan fisik (ada orang lain berbicara), psikologis (pemikiran yang sudah ada di kepala kita), atau semantik (salah mengartikan makna).

9. Efek Komunikasi

Komunikasi selalu mempunyai efek atau dampak atas satu atau lebih orang yang terlibat dalam tindak komunikasi. Pada setiap tindak komunikasi selalu ada konsekuensi. Sebagai contoh, anda mungkin memperoleh pengetahuan atau belajar bagaimana menganalisis, melakukan sintesis, atau mengevaluasi sesuatu; ini adalah efek atau dampak intelektual atau kognitif. Kedua, anda mungkin memperoleh sikap baru atau mengubah sikap, keyakinan, emosi, dan perasaan anda; ini adalah dampak afektif. Ketiga, anda mungkin memperoleh cara-cara atau gerakan baru seperti cara

melemparkan bola atau melukis, selain juga perilaku verbal dan nonverbal yang patut; ini adalah dampak atau efek psikomotorik.

10. Etika dan Kebebasan

Etika dan Kebebasan memilih karena komunikasi mempunyai dampak, maka ada masalah etik di sini. Karena komunikasi mengandung konsekuensi, maka ada aspek benar-salah dalam setiap tindak komunikasi. Tidak seperti prinsip-prinsip komunikasi yang efektif, prinsip-prinsip komunikasi yang etis sulit dirumuskan.

Apakah komunikasi itu etis atau tidak etis, landasannya adalah gagasan kebebasan memilih serta asumsi bahwa setiap orang mempunyai hak untuk menentukan pilihannya sendiri. Komunikasi dikatakan etis bila menjamin kebebasan memilih seseorang dengan memberikan kepada orang tersebut dasar pemilihan yang akurat.

Komunikasi dikatakan tidak etis bila mengganggu kebebasan memilih seseorang dengan menghalangi orang tersebut untuk mendapatkan informasi yang relevan dalam menentukan pilihan. Oleh karenanya, komunikasi yang tidak etis adalah komunikasi yang memaksa seseorang :

- (1) mengambil pilihan yang secara normal tidak akan dipilihnya atau
- (2) tidak mengambil pilihan yang secara normal akan dipilihnya.

BENTUK KOMUNIKASI

Terdiri dari :

a. Komunikasi Intra personal

secara harfiah dapat diartikan sebagai komunikasi dengan diri sendiri. Hal ini menyangkut proses disaat diri (self) menerima stimuli dari lingkungan untuk kemudian melakukan proses internalisasi. Hal ini sering dijelaskan dengan proses ketika seseorang melakukan proses persepsi, yaitu proses ketika seseorang mengintrepretasikan dan memberikan makna pada stimuli atau objek yang diterima panca inderanya.

b. Komunikasi Interpersonal

secara umum dapat diartikan sebagai proses pertukaran makna orang-orang yang saling berkomunikasi diantaranya:

- 1) *Pertama*, K.A.P dimulai dengan diri pribadi (self). Berbagai persepsi komunikasi yang menyangkut pengamatan dan pemahaman berangkat dari diri sendiri.
- 2) *Kedua*, KAP bersifat transaksional, hal ini mengacu pada tindakan pihak-pihak yang berkomunikasi secara serempak mengirim dan menerima pesan.
- 3) *Ketiga*, KAP, mencakup isi pesan dan hubungan yang bersifat pribadi (intimacy). Maksudnya, KAP tidak hanya sekedar berkenaan dengan isi pesan, tapi juga menyangkut siapa partner kita dalam berkomunikasi.

- 4) *Keempat*, KAP mensyaratkan adanya kedekatan fisik anatar pihak-piha yang berkomunikasi.
- 5) *Kelima*, partisipan dalam KAP terlibat secara interdependent atau saling bergantung satu dengan lainnya.
- 6) *Keenam*, Komunikasi tidak dapat diubah atau diulang, jika kita sudah salah mengucapkan sesuatu kepada lawan bicara kita, mungkin kita bisa minta maaf, tetapi tidak berarti menghapus apa yang pernah kita ucapkan.

c. Komunikasi Kelompok

Secara umum komunikasi kelompok dapat diartikan sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud dan tujuan yang dikehendaki. Seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri (self maintenance) atau pemecahan masalah, sehingga menumbuhkan karakteristik pribadi masing-masing anggotanya diantaranya:

- 1) *Pertama*, Tatap muka, mengandung makna bahwa dalam komunikasi kelompok setiap anggotanya harus dapat melihat dan mendengar anggota lainnya.
- 2) *Kedua*, Jumlah partisipan dalam komunikasi kelompok berkisar tiga orang atau lebih.
- 3) *Ketiga*, Maksud dan tujuan dari komunikasi kelompok adalah untuk berbagi informasi, dan pemeliharaan diri (self maintenance). Jika tujuan komunikasi kelompok adalah berbagi informasi, maka komunikasi yang dilakukan adalah dimak-

sudkan untuk menanamkan pengetahuan. Jika tujuannya untuk pemeliharaan diri biasanya komunikasinya dituyjuan sebagai pemuasan kebutuhan pribadi anggota-anggotanya.

- 4) *Keempat*, Kemampuan anggota untuk menumbuhkan karakteristik personal anggota lainnya. Maksudnya adalah secara tidak langsung masing-masing anggota berhubungan tidak saja dalam konteks kelompok, tetapi juga melibatkan sentuhan antar pribadi.

d. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi secara sederhana dapat didefinisikan sebagai komunikasi antar manusia (*human communication*) yang terjadi dalam konteks organisasi.

Dari pengertian tersebut, maka kita dapat memahami bahwasannya komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang berlangsung secara formal maupun non formal dalam sebuah sistem yang disebut organisasi. Yang bentuknya bisa diidentifikasi didalam:

- 1) *Downward Communication*
- 2) *Upward Communication*
- 3) *Horizontal Communication*

e. Komunikasi Massa

Suatu proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas.

Disisi lain komunikasi massa juga diartikan sebagai proses komunikasi dimana, pesan dari media dicari, digunakan dan dikonsumsi oleh audiens. Dari batasan singkat tersebut, kita dapat melihat bahwasannya karakteristik utama komunikasi massa adalah adanya media massa sebagai alat dalam penyebaran pesannya sebagai berikut:

- 1) Ciri komunikasi Massa
- 2) Komunikator melembaga
- 3) Pesan:
 - a) *Publicly*
 - b) *Rapidly*
 - c) *Transient*
- 4) Keserempakan
- 5) Khalayak: *heterogen* dan *Anonim*
- 6) *Feed back* tertunda
- 7) Media: Mass media
- 8) Siapa komunikator dalam komunikasi Massa
Komunikator dalam komunikasi massa bersifat melembaga (terorganisir) Seluruh pegawai non administratif yang terlibat dalam proses, seleksi, pengolahan, dan produksi pesan komunikasi massa.
- 9) Media Massa sebagai institusi
- 10) Memiliki aktifitas pokok, memproduksi dan mendistribusikan informasi.
- 11) Berada pada *Public sphere*
- 12) Terorganisir dan professional.
- 13) *Powerless and Free*

14) *Sender and receiver voluntary*

Menurut Goran Hedebrö dalam Hafied Cangara (2008:63-64) fungsi komunikasi massa ditujukan untuk:

- a. Menciptakan iklim perubahan dengan memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku ke arah modernisasi.
- b. Mengajar keterampilan baru.
- c. Berperan sebagai pelipat ganda ilmu pengetahuan.
- d. Menciptakan efisiensi tenaga dan biaya terhadap mobilitas seseorang.
- e. Meningkatkan aspirasi seseorang.
- f. Menumbuhkan partisipasi dalam pengambilan keputusan terhadap hal-hal yang menyangkut kepentingan orang banyak.
- g. Membantu orang menemukan nilai baru dan keharmonisan dari suatu situasi tertentu.

FUNGSI KOMUNIKASI

Fungsi-fungsi komunikasi menurut pakar komunikasi:

- a. Menurut Thomas M. Scheidel

Kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas-diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar kita, dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan.

b. Menurut Gordon I. Zimmerman et al

Tujuan komunikasi dibagi menjadi dua kategori. *Pertama*, kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan kita – untuk memberi makan dan pakaian kepada diri-sendiri, memuaskan kepenasaran kita akan lingkungan, dan menikmati hidup. *Kedua*, kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain.

c. Menurut Rudolf F. Verderber

Komunikasi mempunyai dua fungsi. *Pertama*, fungsi social, yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. *Kedua*, fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu, seperti: apa yang akan kita makan pagi hari, apakah kita akan kuliah atau tidak, bagaimana belajar menghadapi tes.

d. Menurut Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson

Komunikasi mempunyai dua fungsi umum. *Pertama*, untuk kelangsungan hidup diri-sendiri yang meliputi: keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. *Kedua*, untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat.

e. Menurut William I.Gordon

Komunikasi mempunyai empat fungsi menurut kerangka yang dikemukakan, yakni:

1) Komunikasi social

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi-diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

2) Komunikasi ekspresif

Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita.

3) Komunikasi ritual

Komunikasi ritual bertujuan untuk komitmen mereka kepada tradisi keluarga, komunitas, suku, bangsa, negara, ideology, atau agama mereka.

4) Komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajak, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur.

TUJUAN KOMUNIKASI INTER PERSONAL / ANTAR PERSONAL

Adapun tujuan dari komunikasi antar personal menurut Hardjana, Agus M. Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal. Penerbit Kanisius adalah sebagai berikut:

a. Mengenal diri sendiri dan orang lain

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

b. Mengetahui dunia luar

Komunikasi antarpersonal juga memungkinkan kita untuk memahami lingkungan kita secara baik yakni tentang objek, kejadian-kejadian dan orang lain. Banyak informasi yang kita miliki dengan interaksi antar pribadi.

c. Menciptakan dan memelihara hubungan

Manusia diciptakan sebagai makhluk sosial, hingga dalam kehidupan sehari-hari orang ingin menciptakan dan memelihara hubungan dekat dengan orang lain.

Dengan demikian banyak waktu yang digunakan dalam komunikasi antar personal bertujuan untuk menciptakan dan memelihara hubungan sosial dengan orang lain. Hubungan demikian mengurangi kesepian dan ketegangan serta membuat kita merasa lebih positif tentang diri kita sendiri

d. Mengubah sikap dan perilaku

Dalam komunikasi antar personal sering kita berupaya menggunakan sikap dan perilaku orang lain. Keinginan memilih suatu cara tertentu, mencoba makanan baru, membaca buku, berfikir dalam cara tertentu, dan sebagainya. Singkatnya banyak yang kita gunakan untuk mempersuasi orang lain melalui komunikasi antar pribadi.

e. Bermain dan mencari hiburan

Bermain mencakup semua kegiatan untuk memperoleh kesenangan. Pembicaraan-pembicaraan lain yang sosial atau merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh hiburan. Seringkali hal tersebut tidak dianggap penting, tapi sebenarnya komunikasi yang demikian perlu dilakukan, karena sosial suasana lepas dari keseriusan, ketegangan, kejenuhan dan sebagainya.

f. Membantu orang lain

Kita sering memberikan berbagai nasehat dan saran pada teman-teman yang sedang menghadapi masalah atau suatu persoalan dan berusaha untuk menyelesaikannya. Hal ini memperlihatkan bahwa

tujuan dari proses komunikasi antar personal adalah membantu orang lain

TEORI-TEORI HUBUNGAN MANUSIA

A. Teori Biologis

Manusia dapat berhubungan dengan manusia lain dengan menggunakan anggota badan. Hubungan manusia dengan menggunakan anggota badan disebut juga sebagai komunikasi nonverbal atau komunikasi tanpa menggunakan kata-kata.

Jenis Komunikasi Nonverbal Meliputi diantaranya:

1) Kinesic, ialah komunikasi nonverbal yang dilakukan dengan anggota badan.

Misalkan, komunikasi yang dilakukan oleh para penderita tuna rungu dan tuna wicara dengan menggunakan bahasa isyarat. Hal ini selain menimbulkan dampak positif juga menimbulkan dampak negatif.

- Dampak positif: dalam hal ini dilihat dari segi positif komunikasi secara kinesic dapat membantu para penderita tuna rungu maupun tuna wicara untuk dapat saling berkomunikasi.
- Dampak negatif: akan tetapi dari segi negatif orang yang normal tidak akan mengerti apa yang mereka bicarakan.

2) Oculesic, ialah komunikasi nonverbal yang dilakukan dengan mata. Misalkan, kedipan mata dari seorang laki-laki terhadap seorang perempuan.

- Dampak positif: komunikasi ini baik untuk mencari perhatian dari lawan jenis untuk lebih mudah didekati.
- Dampak negatif : dari segi negatif sangat tidak baik buat diri kita pribadi karena bisa menimbulkan perasaan curiga dari orang lain.

3) Proxemic, ialah komunikasi nonverbal yang dilakukan dengan mengatur jarak tubuh.

- Misalkan, di sebuah pusat perbelanjaan tiba-tiba ada orang yang mau mendekati kita, tentunya kita akan menjaga jarak dari orang tersebut.
- Dampak positif: baik buat diri kita pribadi untuk menjaga keamanan dari kejahatan yang mungkin akan dilakukan oleh orang lain.
- Dampak negatif: menyebabkan orang lain tersinggung.

B. TEORI EKONOMIS

Manusia akan berhubungan dengan manusia lain karena terdesak kebutuhan ekonomi. Misalkan seorang pengemis akan selalu berhubungan dengan orang lain yang lebih mampu dalam hal ekonomi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

- Dampak positif: dari pihak yang berekecukupan akan lebih meningkatkan rasa solidaritas untuk membantu orang-orang yang kurang mampu.
- Dampak negatif: menimbulkan kebiasaan hidup bermalas-malasan karena selalu tergantung kepada orang lain.

C. TEORI HUBUNGAN ESTETIS

Estetika yang berarti keindahan, menurut teori ini manusia akan selalu ingin berhubungan dengan manusia lain yang dianggap mempunyai keindahan. Misalkan si A hanya mau berteman dengan si B karena si B mempunyai kepandaian dalam segala bidang.

- Dampak positif: bagus buat si A karena bergaul dengan si B otomatis dia akan menyerap ilmu yang di dapat dari si B tanpa harus mengeluarkan biaya.
- Dampak positif: menimbulkan kebosanan karena bergaul hanya dengan satu orang saja.

D. TEORI HUBUNGAN ETIS

Menurut teori ini hubungan manusia bersifat wajib. Misalkan, hubungan pernikahan antara laki-laki dengan perempuan.

- Dampak positif: menjaga nama baik masing-masing pribadi.
- Dampak negatif: apabila hal tersebut tidak dilakukan maka pandangan orang lain terhadap kita akan negatif (*negative thinking*).

E. HUBUNGAN TIMBAL BALIK ANTAR MANUSIA

1. Interaksi sosial yang bersifat *Asosiatif* yang disebut juga mengakrabkan hubungan antar manusia dibagi menjadi tiga bagian:
 - a. Akomodatif, yaitu sikap suka menampung atau menghargai pendapat orang lain. Misalkan, menyetujui usulan atau pendapat dari anggota

kelompok, dimana usulan tersebut masuk akal dan tidak merugikan anggota kelompok yang lain.

- b. Asimilasi (pembauran), adalah sikap suka menekankan hal-hal yang sama atau mengabaikan hal-hal yang tidak sama antara diri kita dengan orang lain.

Misalkan, meyakinkan seseorang untuk lebih yakin lagi terhadap hal-hal yang sedang dibicarakan dalam suatu diskusi untuk menghindari adanya perdebatan.


- c. Akulturasi, yaitu sikap suka mengalah atau tidak memaksa pendapat kepada orang lain dan juga mengubah kebiasaan buruk untuk menjadi lebih baik.

Misalkan, mahasiswa yang sering bolos kuliah menjadi tidak bolos lagi karena menyadari bahwa hal tersebut adalah kebiasaan yang kurang baik untuk dirinya sendiri.

- 2. Interaksi sosial yang bersifat *Desosiatif* adalah sikap interaksi sosial yang dapat mengakibatkan renggangnya suatu hubungan antar manusia, hal ini dibagi menjadi tiga bagian:

- a. Kompetisi, adalah sikap yang suka mengajak bersaing atau bertanding. Misalkan, dalam suatu perbincangan antar mahasiswa ada salah satu mahasiswa yang selalu membicarakan motornya yang habis di tune-up dan seolah-olah mengajak atau menantang mahasiswa yang lain untuk adu balap.

- b. Kontroversi, adalah sikap yang suka ngambek atau diam tapi mendongkol dalam hati. Misalkan, dalam suatu pertemuan seorang anggota tidak setuju dengan pendapat orang lain tetapi tidak diutarakan dan memilih bersikap diam.
- c. Konflik, adalah sikap yang suka menentang atau menantang. Misalkan, pertemuan antara dua warga kampung yang membahas masalah batas desa dan timbul perbedaan pendapat sehingga menjadi konflik yang berkepanjangan.



BAB VI GANGGUAN YANG DAPAT MENGHAMBAT PROSES KOMUNIKASI

1. *Invironment Distortion*, atau gangguan dari lingkungan

Lingkungan yang tidak baik berisik, kotor dan tidak nyaman dapat mengganggu jalannya komunikasi. Contohnya bila kita sedang berbicara dengan seseorang di tempat yang ramai dan berisik seperti di pinggir jalan misalnya, tentunya akan mengganggu kita dalam berbicara dengan lawan bicara kita.

2. *Experience By Pass*, atau berbicara tanpa memperhitungkan pengalaman komunikan

Misalnya, seorang professor berbicara dengan orang awam dan menyuruh membuat sesuatu yang tidak dimengerti oleh komunikan maka tidak akan mendapat respon yang diharapkan dari komunikan tersebut.

3. ***Use Of Tehcnical Term***, yaitu berbicara dengan menggunakan istilah-istilah yang kurang dimengerti oleh komunikan.

Misalkan, seorang dokter yang berbicara menggunakan istilah-istilah kesehatan dengan seorang office boy di sebuah rumah sakit.

4. ***Status Gap***, atau ada perbedaan jabatan /kedudukan yang terlalu jauh antara komunikator dan komunikan
Misalkan, seorang *office boy* di sebuah perusahaan ingin berbicara dengan direkturnya mengenai kenaikan gaji tentunya office boy tersebut akan berpikir bagaimana caranya agar penyampaian kalimatnya tidak membuat direktur tersebut menjadi marah.

A. Teori-Teori Yang Berhubungan

Teori komunikasi dari Wilbur Schramm, di mana di dalam teori ini terdapat adanya komunikator atau orang yang menyampaikan pesan (*message*), sedangkan komunikan adalah orang yang menerima pesan. Di dalam komunikasi itu sendiri harus ada pesan yang harus disampaikan, dan juga harus ada frame of reference (kerangka pengalaman).

Misalkan, di dalam suatu konferensi diharapkan ada sebuah pesan yang dapat diambil oleh peserta konferensi, maka dari itu seorang komunikator diharapkan mempunyai pengalaman pribadi agar

penyampaian pesannya dapat diterima oleh para peserta konferensi.

1. Teori komunikasi dari Jack Duncan mengatakan bahwa komunikasi harus ada *attention, understanding, acceptance*, atau adanya kesediaan menerima komunikasi dan action atau respon positif. Misalkan, kita ambil contoh sederhana saja seorang dosen yang sedang memberi materi perkuliahan di depan kelas. Dari hal tersebut diharapkan mahasiswa dapat memberi perhatian, saling mengerti, dan menerima materi yang sedang diberikan.
2. Teori dari Joseph A. Devito, di dalam suatu komunikasi dibutuhkan adanya keterbukaan (*openness*), kesamaan (*equality*), empati (*empathy*), dukungan (*supportif*), dan positif (*positiveness*). Maksud dari teori tersebut, di dalam berkomunikasi diharapkan adanya keterbukaan diantara kedua belah pihak, serta ada kesamaan pendapat agar komunikasi tersebut dapat berjalan dengan baik. Dengan adanya empati dan dukungan akan menghasilkan sesuatu hal yang positif. Misalkan, seorang atasan diharapkan mampu berkomunikasi secara terbuka dengan bawahannya dengan tidak memandang jabatan. Bisa merasakan apa yang dirasakan bawahannya dan selalu memberi dukungan secara positif.
3. Teori dari Dr. Keith Davis, di dalam berkomunikasi harus menjaga atau menekankan kepada si komunikator maupun komunikan agar dalam proses

komunikasi tidak terjadi penyampaian informasi atau pesan yang berlebihan.

Misalkan, seorang dosen yang memberikan tugas kepada mahasiswa sesuai dengan materi yang telah dibahas.

4. Teori komunikasi dari Herbert Kaufman, di dalam komunikasi harus mengetahui efektivitas dan keberhasilan proses komunikasi yang dapat diketahui dari umpan balik (*feed back*) dari komunikan terhadap pesan yang disampaikan.

Misalkan, seorang dosen yang memberikan materi kepada mahasiswa, tentunya diharapkan ada reaksi dari mahasiswa baik berupa pertanyaan ataupun pendapat yang lain.

B. Kecakapan Dasar Manusia

1. Kompetensi (John M Bryson dalam *Strategic Planning for Public and Non Profit Organization*): kombinasi dari pengetahuan dan ketrampilan, atau keahlian yang diperlukan untuk mengerjakan suatu tugas, artinya seseorang diharapkan mampu untuk memadukan ketiga hal tersebut dan merubahnya menjadi suatu hal yang nyata.

Misalkan, kecakapan seorang dokter dalam mendiagnosa suatu penyakit sampai memberikan terapi yang tepat terhadap pasiennya hingga penyakit tersebut sembuh total.

2. Kompetensi (Derrick Casey dalam *Method and Procedure for Developing Competency Standart*): kombinasi dari pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan sikap (*attitude*) yang diperlukan untuk dapat melaksanakan suatu tugas. Artinya diperlukan sikap yang tegas dalam melakukan suatu pekerjaan sehingga hasil yang didapat bisa dipertanggung jawabkan.

C. TIGA KECAKAPAN DASAR KURT SINGER

1. Kecakapan negosiasi, kemampuan untuk berunding sehingga diperoleh suatu keputusan sesuai dengan apa yang diharapkan.
2. Kecakapan mengelola konflik, kemampuan untuk mengatur suatu perbedaan pendapat sampai diperoleh suatu keputusan mufakat.
3. Kecakapan menyantuni pluralisme, kemampuan untuk menghormati segala perbedaan baik itu budaya, agama, suku, etnis, dan warna kulit.

Manusia juga memerlukan Kepribadian yang dapat dicapai melalui cara yaitu:

1. *Conscience* (nurani), pertimbangan dengan menggunakan perasaan agar orang lain tidak tersakiti.
2. *Compassion* (kepedulian sosial), sikap ingin menolong antar sesama manusia yang sedang dalam kesulitan.
- 3 *Competence* (kecakapan), kemampuan diri untuk melaksanakan setiap tugas yang diberikan.
4. Kecakapan Dasar Manusia di Indonesia menurut Standard Kompetensi Kerja Nasional

5. Merujuk dari pengertian Casey: kompetensi sebagai kemampuan kerja setiap individu, mencakup
6. Pengetahuan (*knowledge*) dan sikap (*attitude*) kerja minimal harus dimiliki untuk dapat melaksanakan pekerjaan atau jabatan tertentu.

D. TUJUH KEBIASAAN UNTUK MENGEMBANGKAN POTENSI DIRI

1) Jadi Proaktif

Pengertian proaktif di sini adalah ikut serta menyampaikan aspirasi dalam suatu kelompok dan berusaha mencari tahu solusi tentang permasalahan yang ada.

2) Merujuk pada tujuan akhir

Setiap pendapat atau gagasan diharapkan ada tujuan akhir yang jelas dan bisa dipertanggung jawabkan.

3) Dahulukan yang utama

Mengutamakan kepentingan kelompok daripada kepentingan individu.

4) Paradigma saling ketergantungan

Bahwasanya manusia hidup ini senantiasa menggantungkan hidupnya kepada orang lain tidak memandang itu pangkat dan jabatan semuanya saling membutuhkan.

5) Berusaha mengerti terlebih dahulu

Belajar untuk mengerti dan memahami setiap permasalahan yang ada sebelum mengemukakan pendapat.

6) Wujudkan sinergi / kerjasama

Dalam suatu kelompok diharapkan mampu untuk member ide-ide ataupun gagasan yang selaras dan sejalan diantara anggota yang lain serta mampu untuk menyatukan perbedaan pendapat guna mencapai suatu tujuan.

7) Asah kemampuan terus menerus Berusaha mengembangkan potensi diri baik secara formal maupun informal.



BAB VII

KOMPETENSI

DASAR YANG

DIBUTUHKAN

UNTUK SUKSES

Kegagalan dan hidup berjalan beriringan. Tidak mungkin menjalani hidup dan tidak menghadapi kegagalan satupun. Seringkali, kita begitu terjebak dalam kegagalan kita sehingga kita kehilangan semua kekuatan kita dan tidak dapat mengatasinya.

Apa yang paling tidak dipahami dari kegagalan adalah pelajaran terbaik dalam hidup. Jika kita menyalurkan kegagalan kita dengan tepat, kita dapat membantu diri sendiri menjadi sangat sukses dan bahagia.

Hal itu akan bermanfaat bagi kesehatan mental dan fisik, itulah mengapa sangat penting bagi Anda untuk belajar bagaimana mengatasi kegagalan. Berikut cara menghadapi kegagalan secara sehat dan benar, antara lain:

1. Jangan Membuatnya Amat Pribadi

Cara menghadapi kegagalan yang pertama yaitu dengan memisahkan kegagalan dari identitas. Hanya karena belum menemukan cara yang berhasil untuk melakukan sesuatu (belum) tidak berarti gagal.

Ini adalah pikiran yang sepenuhnya terpisah, namun banyak dari kita yang mengaburkan garis di antara mereka. Kegagalan personalisasi dapat merusak harga diri dan kepercayaan diri kita.

Ada seorang pria yang gagal dalam bisnis pada usia 21 tahun; dikalahkan dalam pemilihan legislatif pada usia 22 tahun; gagal lagi dalam bisnis pada usia 24; mengatasi kematian tunangannya pada usia 26; mengalami gangguan saraf pada usia 27; kalah dalam perlombaan kongres pada usia 34; kalah dalam pemilihan senator pada usia 45 tahun; gagal menjadi Wakil Presiden pada usia 47; kalah dalam perlombaan senator di usia 49; dan terpilih sebagai Presiden Amerika Serikat pada usia 52.

Pria ini adalah Abraham Lincoln. Dia menolak untuk membiarkan kegagalannya menentukan dirinya dan berjuang melawan rintangan yang signifikan untuk mencapai kebesaran seperti yang dilansir dari laman forbes. Inti dari semuanya, jika Anda gagal dalam suatu usaha, itu tidak berarti harus menyerah.

2. Rangkul Emosi Anda

Kegagalan disertai dengan berbagai emosi; malu, cemas, marah, sedih, dan malu untuk beberapa

nama. Perasaan itu tidak nyaman dan banyak orang akan melakukan apa saja untuk menghindari perasaan tidak nyaman secara emosional.

Sebuah studi tahun 2017 yang diterbitkan dalam *Journal of Behavioral Decision Making* mengatakan Anda tidak boleh mencoba mengurangi perasaan buruk setelah gagal. Para peneliti menemukan bahwa memikirkan emosi, daripada kegagalan itu sendiri adalah yang paling membantu.

Membiarkan diri merasa buruk adalah memotivasi. Ini dapat membantu bekerja lebih keras untuk menemukan solusi yang lebih baik sehingga Anda akan meningkat di lain waktu.

Jadi, silakan terima emosi. Akui perasaan dan biarkan diri Anda merasa tidak enak sebentar. Beri label emosi dan biarkan diri Anda mengalaminya.

Daripada berpikir "Saya gagal," gantilah pikiran yang merusak diri sendiri dengan yang realistis seperti "Saya kecewa" atau "Saya sedih karena tidak berhasil" seperti yang disadur dari laman [verywellmind](http://verywellmind.com).

3. Kenali Upaya Tidak Sehat untuk Mengurangi Rasa Sakit

Anda mungkin ingin kabur dari kenyataan dan memilih mengatakan, "Saya sebenarnya tidak menginginkan pekerjaan itu," tetapi meminimalkan rasa sakit tidak akan membuatnya hilang.

Mengalihkan perhatian atau mengisi kekosongan yang Anda rasakan dengan makanan, obat-obatan, atau alkohol juga tidak akan menyembuhkan rasa sakit. Hal-hal itu hanya akan memberi kelegaan sementara.

Kenali cara-cara tidak sehat yang dicoba untuk menghindari atau meminimalkan rasa sakit dalam hidup. Beralih ke keterampilan mengatasi yang lebih banyak merugikan daripada kebaikan hanya akan membuat situasi semakin buruk.

4. Akui Keyakinan Irasional Tentang Kegagalan

Anda mungkin telah menumbuhkan beberapa keyakinan irasional tentang kegagalan di beberapa titik dalam hidup. Mungkin Anda berpikir kegagalan berarti Anda adalah orang yang buruk atau Anda tidak akan pernah berhasil. Atau mungkin Anda berpikir tidak ada yang akan menyukai Anda jika gagal.

Jenis kepercayaan itu tidak akurat. Dan mereka dapat mencegah Anda melakukan hal-hal yang mungkin membuat Anda gagal.

5. Kembangkan Pikiran Realistis Tentang Kegagalan

Sebuah studi yang dilakukan pada tahun 2010 yang diterbitkan di *Appetite* menemukan bahwa orang lebih cenderung mensugesti diri mereka sendiri ketika mereka yakin bahwa kesalahan membuat mereka gagal total.

Dalam satu percobaan, pelaku diet yang diberi makan pizza diberi tahu bahwa mereka benar-benar

gagal dalam diet mereka. Mereka yang mengira mereka gagal total segera makan kue 50% lebih banyak daripada orang yang tidak berdiet.

Ketika mendapati diri Anda berpikir bahwa Anda tidak punya harapan atau tidak ada gunanya mencoba lagi, ubahlah pikiran Anda. Ingatkan diri Anda tentang pemikiran yang lebih realistis tentang kegagalan seperti:

- a. Kegagalan adalah pertanda bahwa saya menantang diri sendiri untuk melakukan sesuatu yang sulit
- b. Saya bisa menangani kegagalan.
- c. Saya bisa belajar dari kegagalan saya.

Anda mungkin perlu mengulangi kalimat atau penegasan kepada diri sendiri untuk menangkal pikiran negatif atau untuk memperkuat diri sendiri bahwa Anda dapat bangkit kembali.

6. Terima Tingkat Tanggung Jawab yang Sesuai

Penting untuk menerima tingkat tanggungjawab yang akurat atas kegagalan. Mengambil terlalu banyak tanggung jawab dapat menyebabkan Anda menyalahkan diri sendiri secara tidak perlu.

Di sisi lain, menyalahkan orang lain atau keadaan yang tidak menguntungkan atas kegagalan akan menghalangi untuk belajar darinya. Ketika memikirkan kegagalan, carilah penjelasannya, bukan alasannya. Identifikasi alasan gagal dan akui apa yang dapat dilakukan secara berbeda di lain waktu.

7. Tanyakan Pada Diri Anda Apa yang Dapat Anda Pelajari

Kegagalan bisa menjadi guru yang hebat jika Anda terbuka untuk belajar. Apakah kamu melakukan kesalahan? Apakah Anda membuat serangkaian kesalahan?

Pikirkan tentang apa yang dapat dilakukan secara berbeda di lain waktu. Kemudian, Anda akan memastikan kegagalan Anda telah menjadi pelajaran hidup yang membantu Anda mempelajari sesuatu.

Alih-alih melihat kegagalan sebagai beban yang membebani, lihatlah kegagalan itu sebagai batu loncatan menuju tujuan.

8. Buat Rencana untuk Maju

Mengulangi kegagalan dalam pikiran Anda berulang kali tidak akan ada gunanya bagi Anda. Jangan biarkan diri merenungkan semua hal yang salah. Berkutat pada masalah Anda atau mengulangi kesalahan akan membuat terjebak. Berhentilah berpikir "Saya gagal" dan fokuslah pada berpikir "Saya mampu mencoba lagi."

Sebaliknya, pikirkan tentang apa yang akan dilakukan secara berbeda di lain waktu. Buat rencana yang akan membantu Anda mempraktikkan informasi yang diperoleh dari kegagalan

Implementasikan komunikasi yang baik dan beretika, agar dapat membawa kesuksesan dikemudian hari. Adapun kesimpulan penulis bisa ambil antara lain:

1) Kemampuan Beradaptasi

Di lingkungan yang baru diharapkan seorang individu mampu untuk masuk ke dalam suatu kelompok dan mengenal satu dengan yang lain.

Contoh: calon mahasiswa yang sedang mengikuti orientasi penerimaan mahasiswa baru di suatu kampus.

2) Kemampuan Melayani Klien

Tanggap dalam menyelesaikan setiap keluhan orang lain dan sigap dalam mencari solusi yang tepat.

Misalkan, seorang *customer service* di sebuah rumah sakit yang memberikan solusi kepada keluarga pasien tentang pelayanan di rumah sakit tersebut, yang menurut si keluarga pasien kurang memuaskan.

3) Komunikasi

Mampu berkomunikasi secara efektif tidak membuat bingung lawan bicara.

4) Kemampuan memecahkan masalah dengan kreatif

Diharapkan seorang individu mampu memecahkan masalah dengan cara menciptakan ide atau gagasan baru untuk kepentingan bersama.

Misalkan, mengelola sampah plastik dan kertas guna dijadikan barang yang bernilai jual, disamping bisa mengurangi polusi juga bisa membuka lapangan kerja baru.

5) Kemampuan bekerja dalam team dan berkolaborasi

Di dalam sebuah team dibutuhkan kerjasama yang kuat untuk mencapai hasil yang maksimal selain itu

juga diperlukan sesuatu perpaduan yang membuat hasil kerja itu berbeda dengan yang lain.

6) Bisa dipercaya

Satu hal penting yang harus diperhatikan bagi setiap individu adalah kepercayaan. Tidak suka mengobral janji-janji palsu dan setiap pembicaraan dapat dipertanggung jawabkan.

7) Bertanggungjawab

Bertanggung jawab terhadap diri sendiri adalah modal penting dalam menuju kesuksesan, selain itu bertanggung jawab terhadap waktu, keluarga, dan kelompok sosial juga merupakan suatu hal yang tidak boleh diabaikan.

8) Dorongan untuk berprestasi

Peranan orang lain juga sangat dibutuhkan untuk mencapai kesuksesan, dengan adanya dorongan dan semangat dari orang lain tersebut maka akan memacu kita untuk tampil menjadi yang terbaik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 1984. Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas, Bandung: Armico
- 2007. Public Relations. Jakarta: Pustaka Indonesia
- Cangara, Hafied. 2008. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajawali Press.
- Deddy Mulyana, 2005, Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Jalaludin Rakhmat, 1994, Psikologi Komunikasi, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Jurnal Teknodik, 2008. Departement Pendidikan Nasional Pusat Teknologi Informasi dan Komunikasi Pendidikan, Pustekom: Jakarta.
- Kamah, Idris. 2007, Himpunan Undang-undang, Peraturan Pemerintah, dan Keputusan Bersama Antar Perpustakaan Nasional Republik Indonesia dan BAKN Jilid 1, Makassar: Mataram Putra.
- Komunikasi antarpribadi (interpersonal communication) adalah komunikasi antara individu-individu (Littlejohn, 1999).

- Littlejohn, 1999, Theories of Human Communication, Belmont, California: Wadsworth Publishing Company.
- Purwanto. 2005. Jejak Langkah Perkembangan Teknologi Pendidikan di Indonesia. Departemen Pendidikan Nasional: Jakarta.
- Rothwell, William J., H.C Kazanas. 1992. Mastering the Instructional Design Process: a systematic approach. San Francisco: Jossey Bass.
- Santoso Edi & Mite Setiansah. 2010. Teori Komunikasi. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sharon E. Smal Dino. James D. Russell, Robert Heinich. Michael Molenda, 2005. *Instructional Technology and Media for Learning, Eight Edition*.
- Sudjarwo, 1989. Beberapa Aspek Pengembangan Sumber Belajar. Jakarta: Medyatama sarana Perkasa.
- http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_interpersonal

PROFIL PENULIS

PROFIL EDITOR



YUSRI, Lahir di Awerange Kabupaten Barru-Sulawesi Selatan, 05 April 1976. Anak ke tiga dari pasangan **Abd. Karim Supu** dan **Halimah (Almh)**.

Memulai pendidikan Sekolah Dasar Negeri 133 Takalala, di Kabupaten Soppeng pada tahun 1989, dan Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Takalala-Marioriwawo di Kabupaten Soppeng pada tahun 1992, dan di Sekolah Menengah Tingkat Atas Negeri 5 Marioriwawo di Kabupaten Soppeng dan tamat pada tahun 1995, kemudian melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri yaitu tepatnya di Universitas Hasanuddin Pada Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu Politik Program Diploma Tiga (D3) Ilmu Perpustakaan. Dan dapat menyelesaikannya pada tahun 1998, pada tahun yang sama yaitu tahun 1998, ia melanjutkan pendidikannya di Program Ekstension Ilmu Perpustakaan dan Informasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar, dan ia dapat menyelesaikannya pada tahun 2000, dan pada tahun 2011, suami dari Nirwana dan bapak 3 anak ini (Nur Ulfiah, Muhammad Elbaradie, & Muhammad Aqil El mubarak) melanjutkan lagi pendidikannya di Program Pascasarjana (S2) di Universitas Satria Makassar

(UNSAT) di Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Ilmu Komunikasi Pendidikan dan ia dapat menyelesaikannya pada Bulan Desember tahun 2013 dan menyandang gelar Magister Sains “**M.Si**”. pada tahun 2019 sampai 2022 sebagai dosen tetap yayasan di AMIK Luwuk Banggai, Jabatan Fungsional **Lektor 300 Golongan III/d** dan mendapatkan jabatan struktural sebagai Pembantu Direktur I Bid. Akademik dan sekaligus menjabat Kepala UPT Perpustakaan.

