

ILMU KOMUNIKASI

**Sanksi Pelanggaran Pasal 113 Undang-Undang
Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta**

1. Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (Pasal 1 ayat [1]).
2. Pencipta atau Pemegang Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 memiliki hak ekonomi untuk melakukan: a. Penerbitan ciptaan; b. Penggandaan ciptaan dalam segala bentuknya; c. Penerjemahan ciptaan; d. Pengadaptasian, pengaransemenan, atau pentransformasian ciptaan; e. pendistribusian ciptaan atau salinannya; f. Pertunjukan Ciptaan; g. Pengumuman ciptaan; h. Komunikasi ciptaan; dan i. Penyewaan ciptaan. (Pasal 9 ayat [1]).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). (Pasal 113 ayat [3]).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah). (Pasal 113 ayat [4]).

ILMU KOMUNIKASI

Dra. RR. Ponco Dewi Karyaningsih, M.M.



Katalog Dalam Terbitan (KDT)

© Dra. RR. Ponco Dewi Karyaningsih, M.M.
ILMU KOMUNIKASI/Dra. RR. Ponco Dewi Karyaningsih, M.M.
; -- Yogyakarta: Samudra Biru, 2018.
xvi + 243 hlm. ; 16 x 24 cm.
ISBN : 978-602-5610-41-7

Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun juga tanpa izin tertulis dari penerbit.

Cetakan I, Februari 2018

Penulis : Dra. RR. Ponco Dewi Karyaningsih, M.M.
Editor : Alviana C
Desain Sampul : Athif Roihan Natsir
Layout : Athif Roihan Natsir

Diterbitkan oleh:

Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI)

Jln. Jomblangan Gg. Ontoseno B.15 RT 12/30

Banguntapan Bantul DI Yogyakarta

Email/FB : psambiru@gmail.com

website: www.cetakbuku.biz/ www.samudrabilu.co.id

Phone: 0811-264-4745

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan buku Ilmu Komunikasi ini dengan baik. Komunikasi adalah topik yang amat sering diperbincangkan, bukan hanya di kalangan ilmuwan komunikasi, melainkan juga di kalangan awam, sehingga kata komunikasi itu sendiri memiliki terlalu banyak arti yang berlainan. Namun, secara umum dapat kita pahami dan sepakati bersama bahwa komunikasi merupakan langkah awal memperbaiki pemahaman atas fenomena yang rumit.

Dapat dikatakan bahwa komunikasi adalah persyaratan yang utama dalam kehidupan manusia. Komunikasilah yang memungkinkan individu membangun suatu kerangka rujukan dan menggunakannya sebagai panduan untuk menafsirkan situasi apapun yang dihadapi, serta komunikasi pulalah yang memungkinkan manusia mempelajari dan menerapkan strategi-strategi adaptif untuk mengatasi situasi-situasi problematik yang ia masuki.

Untuk itu, buku yang berisikan tentang ilmu komunikasi ini memiliki peran tersendiri. Untuk memperkaya referensi mengenai ilmu

komunikasi, pembahasan dalam buku ini cukup menyeluruh mulai dari persepsi, fungsi, prinsip, model-model komunikasi, hingga kekeliruan/kegagalan persepsi serta kerumitan makna kata. Bahkan terdapat satu bab tersendiri yang membahas tentang bahasa gaul beserta asal usulnya. Sebagai penulis saya berharap buku ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya. Akhir kata, selamat membaca...

Penulis,

Daftar Isi

Kata Pengantar	v
Daftar Isi.....	vii

BAB 1

Mengapa Kita Berkomunikasi: Fungsi-Fungsi Komunikasi.....	1
A.Definisi Komunikasi.....	1
B.Definisi Komunikasi.....	2
C.Fungsi Komunikasi Menurut Para Ahli	4
D.Fungsi Komunikasi Menurut William I. Gordon.....	6
1. Komunikasi Sosial	6
a. Pembentukan Konsep Diri	8
b. Pernyataan Eksistensi Diri.....	9
c. Untuk Kelangsungan Hidup, Memupuk Hubungan dan Memperoleh Kebahagiaan	9
2. Komunikasi Ekspresif.....	10
3. Komunikasi Ritual.....	12
4. Komunikasi Instrumental.....	18

BAB 2

Hakikat, Definisi, dan Konteks Komunikasi	21
A.Pendahuluan	21
B.Hakikat, Definisi, dan Konteks Komunikasi	22
C.Posisi Komunikasi dalam Pohon Ilmu	23
D.Unsur-Unsur Komunikasi	23
E.Proses Komunikasi	24
1. Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologis	24
2. Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistik.....	24
a. Proses Komunikasi secara Primer.	24
b. Proses Komunikasi secara Sekunder.	25
F.Tiga Konseptualisasi Komunikasi.....	26
1. Komunikasi sebagai Tindakan Satu Arah	27
2. Komunikasi sebagai Interaksi	28
3. Komunikasi sebagai Transaksi	28
G.Konteks-Konteks Komunikasi	28
1. Komunikasi Intrapribadi.....	29
2. Komunikasi Antarpribadi.....	30
3. Komunikasi Kelompok.....	30
4. Komunikasi Publik	30
5. Komunikasi Organisasi	31
6. Komunikasi Massa.....	31
7. Konteks-Konteks Komunikasi Lainnya	31

BAB 3

Prinsip-Prinsip Komunikasi	33
A.Pendahuluan	33
B.Prinsip-Prinsip Komunikasi	33
PRINSIP 1 Komunikasi adalah Proses Simbolik.....	33
PRINSIP 2 Setiap Perilaku Mempunyai Potensi Komunikasi	34
PRINSIP 3 Komunikasi Mempunyai Dimensi Isi dan Dimensi Hubungan.....	35
PRINSIP 4 Komunikasi Berlangsung dalam Berbagai Tingkat Kesengajaan	36
PRINSIP 5 Komunikasi Terjadi dalam Konteks Ruang dan Waktu	37
PRINSIP 6 Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Komunikasi	38
PRINSIP 7 Komunikasi Bersifat Sistematis.....	38

PRINSIP 8 Semakin Mirip Latar Belakang Sosial-Budaya Semakin Efektiflah Komunikasi	41
PRINSIP 9 Komunikasi Bersifat Nonsekuensial	43
PRINSIP 10 Komunikasi Bersifat Prosesual, Dinamis, dan Transaksional.....	45
PRINSIP 11 Komunikasi Bersifat Irreversible.....	46
PRINSIP 12 Komunikasi Bukan Panacea untuk Menyelesaikan Berbagai Masalah	47
C.Prinsip Dasar Komunikasi yang Efektif	47
1. Makna dan Tujuan Komunikasi.....	48
2. Prinsip-Prinsip Komunikasi Efektif	48
3. Komunikasi Efektif.....	50

BAB 4

Model-Model Komunikasi	53
A.Pendahuluan	53
B.Pengertian Model Komunikasi	53
C.Fungsi dan Manfaat Model Komunikasi	54
D.Penilaian Model Komunikasi	59
E.Model-Model Komunikasi sebagai Suatu Perkenalan.....	60
1. Model S – R	60
2. Model Aristoteles.....	61
3. Model Lasswell.....	62
4. Model Newcomb	63
5. Model Westley dan Maclean	63
6. Model Garbner	65
7. Model Berlo.....	66
8. Model DeFleur.....	67
9. Model Tubbs	69
10. Model Gudykunts dan Kim.....	70
11. Model Interaksional	72

BAB 5

Persepsi: Inti Komunikasi	75
A.Pendahuluan	75
B.Pengertian Persepsi	77
C.Proses Pembentukan Persepsi.....	81
D.Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembentukan Persepsi.....	82
1. Faktor Internal	82
2. Faktor Eksternal	83
E.Persepsi terhadap Lingkungan Fisik	84

F. Persepsi Sosial	85
1. Persepsi Berdasarkan Pengalaman.....	86
2. Persepsi Bersifat Selektif	87
3. Persepsi Bersifat Dugaan	88
4. Persepsi Bersifat Evaluatif.....	89
5. Persepsi Bersifat Kontekstual	90
G. Budaya dan Persepsi	92
1. Kepercayaan, Nilai dan Sikap.....	92
2. Pandangan Dunia.....	93
3. Organisasi Sosial	93
4. Tabiat Manusia	94
5. Orientasi Kegiatan.....	95
6. Persepsi tentang Diri dan Orang Lain	95
H. Kekeliruan dan Kegagalan Persepsi	96
1. Kesalahan Atribusi	96
2. Efek Halo	97
3. Stereotip	98
4. Prasangka	100
5. Gejar Budaya	101
I. Contoh Budaya dan Maknanya	104
1. Pernikahan Adat Jawa.....	104
a. Kronologis	104
b. Rangkaian Upacara Adat Pengantin Jawa	106
c. Arti Istilah dan Maknanya	113
2. Upacara Grebeg dan Maknanya	120

BAB 6

Komunikasi Verbal 125

A. Pendahuluan	125
B. Komunikasi Verbal	126
C. Bahasa	128
1. Asal Usul Bahasa.....	128
2. Fungsi Bahasa dalam Kehidupan Manusia.....	130
a. Fungsi Informasi	130
b. Fungsi Ekspresi Diri	131
c. Fungsi Adaptasi dan Integrasi.....	131
d. Fungsi Kontrol Sosial	131
e. Fungsi Instrumental	131
f. Fungsi Regulasi	131
g. Fungsi Interaksional	132

h. Fungsi Personal.....	132
i. Fungsi Heuritik.....	132
j. Fungsi Imajinatif.....	132
k. Fungsi Representasional	132
3. Keterbatasan Bahasa	132
a. Keterbatasan Jumlah Kata yang Tersedia untuk Mewakili Objek	133
b. Kata-Kata Bersifat Ambigu dan Kontekstual.....	134
c. Kata-Kata Mengandung Bias Budaya.....	135
d. Percampuradukan Fakta, Penafsiran dan Penilaian	137
D.Kerumitan Makna Kata	137
1. Bahasa Daerah Vs Bahasa Daerah	140
2. Bahasa Daerah Vs Bahasa Indonesia	140
3. Bahasa Indonesia Vs Bahasa Malaysia	141
4. Bahasa Daerah/Bahasa Indonesia Vs Bahasa Asing Lainnya	142
E>Nama sebagai Simbol	143

BAB 7

Bahasa Gaul	145
A.Pendahuluan	145
B.Pengertian Bahasa Menurut Para Ahli	145
C.Karakteristik Bahasa	146
1. Bahasa Bersifat Abritrer	146
2. Bahasa Bersifat Produktif	146
3. Bahasa Bersifat Dinamis.....	146
4. Bahasa Bersifat Beragam	147
5. Bahasa Bersifat Manusiawi.....	147
D.Fungsi Bahasa	147
1. Fungsi Ekspresif	147
2. Fungsi Estetis	147
3. Fungsi Informatif	147
4. Alat Fungsional.....	147
E.Bahasa Gaul.....	147
1. Asal Usul dari Bahasa Gaul.....	147
2. Pengertian dari Bahasa Gaul.....	149
3. Struktur dalam Pemakaian Bahasa Gaul	151
4. Contoh dari Bahasa Gaul	151
F.Bahasa Kaum Selebritis	153

G. Bahasa Gay dan Bahasa Waria	154
H. Bahasa Kaum Waria	154
I. Ragam Bahasa Inggris	155
1. Makna Bahasa Inggris	155
2. Tingkat Literasi	156
a. Pada Tingkat Performative	156
b. Pada Tingkat Functional	156
c. Pada Tingkat Informational	156
d. Pada Tingkat Epistemic	156
J. Ruang Lingkup Bahasa Inggris	156
1. Ruang Lingkup Mata Pelajaran Bahasa Inggris, meliputi: ...	156
2. Berkomunikasi dalam Bahasa Inggris Lisan Maupun Tulis secara Lancar dan Akurat Sesuai dengan Konteks Sosialnya	156
a. Mendengarkan	156
b. Berbicara	157
c. Membaca	157
d. Menulis	157
K. Ragam Bahasa Inggris	157
L. Contoh Berkomunikasi dalam Bahasa Inggris	157
M. Pengalihan Bahasa	159
N. Komunikasi Konteks Menurut Edward T. Hall	160
1. Komunikasi budaya konteks-tinggi (high-context culture) ..	160
2. Komunikasi budaya konteks-rendah (low-context culture) ..	160

BAB 8

Komunikasi Nonverbal	163
A. Pendahuluan	163
B. Pengertian Komunikasi Nonverbal	164
C. Fungsi Komunikasi Nonverbal	165
1. Untuk Menekankan	165
2. Untuk Melengkapi	165
3. Untuk Menunjukkan Kontradiksi	165
4. Untuk Mengatur	165
5. Untuk Mengulangi	165
6. Untuk Menggantikan Pesan Verbal	166
D. Klasifikasi Komunikasi Nonverbal	167
E. Tujuan dan Jenis Komunikasi Nonverbal	175
1. Tujuan Komunikasi Nonverbal	175
2. Jenis-Jenis Komunikasi Nonverbal	176

a. Ekspresi Muka.....	176
b. Badan	176
c. Gerak Tubuh.....	177
d. Intonasi Suara.....	177
e. Kontak Mata	177
f. Diam.....	177
g. Perilaku Sentuhan.....	177
F.Mempertajam Kecakapan Komunikasi Nonverbal.....	177
1. Kesadaran Diri	178
2. Pola Perilaku.....	178
3. Ketepatan Pengamatan.....	178
G.Orientasi Ruang dan Jarak Pribadi.....	178
1. Ruang Pribadi Vs Ruang Publik	180
2. Posisi Duduk dan Pengaturan Ruangan.....	184
H.Konsep Waktu.....	189
I.Diam	196
J.Warna.....	199
1. Warna	201
2. Suasana Hati	201
K.Artefak.....	205

BAB 9

Merencanakan Wawancara Kerja dan Mengenal Pekerja/

Perusahaan	207
A.Pendahuluan	207
B.Pengertian Wawancara.....	207
C.Bagian dan Proses Wawancara.....	209
1. Bagian-Bagian Wawancara.....	209
a. Permulaan atau Pendahuluan Wawancara	210
b. Inti Interview	210
c. Akhir Interview.....	210
2. Proses Wawancara	211
D.Macam-Macam Wawancara	211
1. Menurut Tujuan dari Pelaksanaan Wawancara	212
a. <i>The employment interview</i> ,	212
b. <i>Information interview</i> ,	212
c. <i>Administrative interview</i> ,	212
d. <i>Conseling interview</i> ,	212
2. Menurut Jumlah Orang yang Diwawancarai	212
a. Interview perorangan (individu).....	212

b. Interview kelompok	212
3. Menurut Peranan yang Dimainkan	212
a. The non directive interview	212
b. The focused interview,	212
4. Menurut Sifatnya	212
a. Wawancara langsung.....	212
b. Wawancara tidak langsung.....	212
c. Wawancara insidental.....	213
d. Wawancara berencana	213
E.Manfaat Wawancara.....	213
F.Tujuan Wawancara.....	214
G.Pertanyaan-Pertanyaan Penting dalam Wawancara	214
H.Hal-Hal yang Harus Diperhatikan dan Memengaruhi Keberhasilan Wawancara.....	215
I.Orientasi Pekerjaan dan Perusahaan.....	216
1. Tujuan Orientasi	217
2. Manfaat Program Orientasi	218
J.Contoh Pertanyaan Wawancara Kerja.....	218
1. Ceritakan tentang diri anda	218
2. Kenapa anda berhenti dari pekerjaan sebelumnya.....	218
3. Pengalaman apa yang anda miliki dalam bidang ini.....	218
4. Apakah anda menganggap diri anda sukses	218
5. Apa yang anda ketahui tentang perusahaan kami.....	219
6. Apa yang telah anda lakukan untuk mengembangkan pengetahuan anda terakhir ini	219
7. Kenapa anda tertarik bergabung dengan perusahaan ini	219
8. Berapa gaji yang anda harapkan	219
9. Apakah anda bisa bekerja dalam satu tim.....	219
10. Jika anda diterima, berapa lama anda ingin bergabung di perusahaan ini.....	219
11. Kenapa kami harus mempekerjakan anda.....	219
12. Apa kelebihan anda.....	220
13. Apa kelemahan anda	220
14. Apakah anda bersedia kerja lembur kapan saja bila diperlukan.....	220
15. Apakah anda ada pertanyaan untuk saya.....	220

BAB 10

Laporan Bisnis	221
A.Pendahuluan	221
B.Hakikat Laporan Bisnis.....	221
C.Penggolongan Laporan Bisnis	223
D.Jenis-Jenis Laporan Bisnis.....	223
1. Berdasarkan Fungsinya.....	224
2. Berdasarkan Subjeknya	224
3. Berdasarkan Formalitasnya.....	224
4. Berdasarkan Keasliannya	224
5. Berdasarkan Frekuensinya.....	225
6. Berdasarkan Jenisnya	225
7. Berdasarkan Kegiatan Proyek	225
8. Berdasarkan Pelaksanaan Pertemuan.....	226
E.Bagian Pokok Laporan.....	226
1. Bagian Pendahuluan (pembukaan dari laporan).....	226
2. Isi dari Laporan	226
3. Ringkasan, Kesimpulan dan Rekomendasi	227
F.Pengiriman Surat.....	227
G.Persiapan Sebelum Menyusun Laporan	228
1. Menentukan Proyek	228
2. Mengumpulkan Data.....	229
3. Membangun Gaya Penulisan yang Tepat	229
4. Penggunaan Kata Awalan yang Efektif.....	229
5. Objektif	230
6. Pengorganisasian Tubuh Laporan	230

BAB 11

Menulis Laporan Singkat.....	233
A.Pendahuluan	233
B.Pengertian Laporan Singkat.....	233
C.Karakteristik Laporan Singkat	234
D.Bentuk-Bentuk Laporan Singkat.....	234
1. Laporan Pendek.....	234
a. Preprinted	234
b. Surat.....	235
c. Memo	235
d. Manuskrip	235
2. Laporan Panjang	235
E.Merencanakan Laporan Singkat.....	235

F.Mengorganisasikan Laporan Singkat.....	236
1. Pengorganisasian Memo dan Laporan Informasional	236
2. Laporan Periodik	236
3. Laporan Aktivitas Personal	237
G.Pengorganisasian Laporan Analitikal	237
1. Laporan Justifikasi	238
2. Usulan Bisnis Baru	238
3. Laporan Pemecahan Masalah	238
H.Penentuan Struktur Dasar	238
Daftar Pustaka.....	239
Tentang Penulis.....	243

BAB 1

Mengapa Kita Berkomunikasi: Fungsi-Fungsi Komunikasi

A. Definisi Komunikasi

Dalam pergaulan sehari – hari kita sering mendengar atau membaca beberapa kalimat yang didalamnya terdapat kata komunikasi dengan makna yang berbeda satu dengan yang lain. Sebagai contoh:

- 1.Saya belajar tentang komunikasi.
- 2.Tulisan anda kurang komunikatif.
- 3.Antara dosen dengan mahasiswa terdapat jurang komunikasi.
- 4.Hal itu telah saya komunikasikan kepada anaknya.
- 5.Baru saja ia berkomunikasi dengan mahasiswanya.
- 6.Ia mampu berkomunikasi, karena itu banyak temannya.

Dari keenam kalimat itu, dapat dilihat bahwa ada berbagai makna komunikasi, kalimat pertama, komunikasi berarti disiplin ilmu atau bidang kajian, dan pada kalimat kedua komunikasi (komunikatif) bermakna dimengerti atau dipahami. Pada kalimat ketiga, orang mengartikan komunikasi sebagai hubungan, dan pada hakikat keempat komunikasi dimaksudkan sebagai pesan atau penyampaian pada kalimat kelima komunikasi selain bermakna hubungan juga menunjukkan komunikasi sebagai peristiwa. Akhirnya dalam kalimat terakhir, komunikasi selain berarti keterampilan juga berarti proses.

Adanya berbagai makna itu, sudah barang tentu menimbulkan kesulitan dalam mengkonseptualisasi komunikasi sebagai suatu kajian ilmiah. Kesulitan ini langsung terlihat dari lahirnya sejumlah definisi mengenai komunikasi. Stappers berhasil membuat enam kategori dari multi makna definisi komunikasi, seperti yang dikemukakan oleh Djajusman sebagai berikut:

B. Definisi Komunikasi

Dalam pergaulan sehari – hari kita sering mendengar atau membaca beberapa kalimat yang didalamnya terdapat kata komunikasi dengan makna yang berbeda satu dengan yang lain. Sebagai contoh:

7. Saya belajar tentang komunikasi.
8. Tulisan anda kurang komunikatif.
9. Antara dosen dengan mahasiswa terdapat jurang komunikasi.
10. Hal itu telah saya komunikasikan kepada anaknya.
11. Baru saja ia berkomunikasi dengan mahasiswanya.
12. Ia mampu berkomunikasi, karena itu banyak temannya.

Dari keenam kalimat itu, dapat dilihat bahwa ada berbagai makna komunikasi, kalimat pertama, komunikasi berarti disiplin ilmu atau bidang kajian, dan pada kalimat kedua komunikasi (komunikatif) bermakna dimengerti atau dipahami. Pada kalimat ketiga, orang mengartikan komunikasi sebagai hubungan, dan pada hakikat keempat komunikasi dimaksudkan sebagai pesan atau penyampaian pada kalimat kelima komunikasi selain bermakna hubungan juga menunjukkan komunikasi sebagai peristiwa. Akhirnya dalam kalimat terakhir, komunikasi selain berarti keterampilan juga berarti proses.

Adanya berbagai makna itu, sudah barang tentu menimbulkan kesulitan dalam mengkonseptualisasi komunikasi sebagai suatu kajian ilmiah. Kesulitan ini langsung terlihat dari lahirnya sejumlah definisi mengenai komunikasi. Stappers berhasil membuat enam kategori dari multi makna definisi komunikasi, seperti yang dikemukakan oleh Djajusman sebagai berikut:

1. Aktivitas dari suatu pihak.
Rumusannya antara lain: “Communication is the discriminatory response of an organism to a stimulus“
(Steven, 1950)
2. Aktivitas datang dari pihak lain: mempengaruhi. Rumusannya antara lain: *“The process by which an individual (The communicator) “transmits” stimuli (usually verbal symbols) to modify, the behavior of other individual”*
(Hoverland, 1948)
3. Hubungan adalah central.
Rumusannya antara lain: “communication is essentially the relationship set up by the transmission of stimuli and the evocation of response”
(Cherrey, 1964)

4. Hasil adalah yang utama: “*sharing*” atau pemikiran.

Rumusannya antara lain: “it is a process that makes common to or several what was the monopoly of one or some”

(Gode, 1959)

5. Transmisi Informasi.

Rumusannya antara lain: “Communication is an information process which originates at a mind”

(Toda, 1967)

6. Penggunaan Lambang

Rumusannya antara lain: “To designate interaction by means of sign and symbols”

(Cullen, 1939)

Definisi yang menekankan pada unsur penyampaian atau pegoperan telah dikemukakan tahun 1939 oleh William Albigh yang menulis bahwa komunikasi adalah proses pengoperan lambang-lambang yang berarti antara individu-individu. Kemudian Brelson dan Steiner juga merumuskan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi, idea, emosi, keterampilan, dan seterusnya, melalui penggunaan simbol, angka, grafik dan lain-lain. Demikian juga Astrid S. Sutanto menulis. “Komunikasi adalah kegiatan pengoperan lambang yang mengandung arti/makna” (Morrison, 2013.4).

Setiap orang tentunya memiliki pendapat yang berbeda tentang definisi dari komunikasi itu sendiri. Oleh sebab itu berikut ini akan disajikan beberapa definisi komunikasi menurut para ahli, yaitu :

- Shanon dan Weaver : Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal tapi juga dalam bentuk ekspresi muka, lukisan dan teknologi.
- David K Berlo : Komunikasi sebagai instrumen interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi setiap orang lain juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan masyarakat.
- Harold D Lasswell : Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa? Mengatakan apa? Dengan saluran apa? Kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa?
- Steven : Komunikasi dapat terjadi kapan saja suatu organisme memberikan reaksi terhadap suatu objek atau stimuli baik itu dari seseorang atau lingkungan sekitarnya.

- Raymond S Ross : Komunikasi adalah suatu kegiatan menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dengan pikiran serupa yang dimaksudkan komunikator.
- Prof. Dr. Alo Liliweri : Suatu pengalihan pesan dari suatu sumber kepada penerima agar dapat dipahami.
- John R. Wenburg dan William W Wilmot : Komunikasi adalah suatu usaha untuk memperoleh makna.
- Carl I.Hovland : Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain.
- Judy C pearson & Paul E melson : Komunikasi adalah Proses memahami dan berbagi makna.
- Stewart L. Tubbs & Sylvia Moss : Komunikasi adalah proses makna diantara dua orang atau lebih.
- William I. Gordon : Komunikasi merupakan suatu transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan.
- M. Djenamar, SH : Komunikasi adalah seni untuk menyampaikan informasi, ide-ide, seseorang kepada orang lain.
- William Albig : Komunikasi adalah proses pengoperan lambang yang berarti diantara individu-individu.
- Anwar arifin : Komunikasi merupakan suatu konsep yang multi makna. Makna komunikasi dapat dibedakan berdasarkan komunikasi sebagai proses sosial. Komunikasi pada makna ini ada dalam konteks ilmu sosial. Dimana para ahli ilmu sosial melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang secara umum menfokuskan pada kegiatan manusia dan kaitan pesan dengan perilaku.
- Hoben : Komunikasi adalah pertukaran pikiran atau gagasan secara verbal.
- Barnlund : Komunikasi timbul karena didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego.
- Lexicographer : Komunikasi adalah upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan. Jika dua orang berkomunikasi maka pemahaman yang sama terhadap pesan yang saling dipertukarkan adalah tujuan yang diinginkan oleh keduanya.

C. Fungsi Komunikasi Menurut Para Ahli

Pergaulan zaman sekarang pada umumnya, seseorang tidak dapat

lepas dari orang lain. Agar pergaulan kita lancar, bahasa adalah alat yang paling penting dalam bergaul dengan orang lain. Maka dari itu bahasa merupakan alat komunikasi, komunikasi merupakan pertukaran pesan. Dengan berkomunikasi kita dapat menjalin hubungan dan bekerjasama dengan orang lain yang ada disekitar kita.

Proses komunikasi ditujukan untuk menciptakan penyampaian suatu pesan kepada orang lain, yaitu dengan komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif artinya, bila terjadi pengertian, menimbulkan kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang semakin baik, dan perubahan perilaku. Komunikasi yang efektif juga bisa diartikan terjadi bila ada kesamaan antara kerangka berpikir dalam bidang pengalaman antara komunikator dengan komunikan. Untuk menciptakan komunikasi yang efektif maka harus dilakukan persiapan-persiapan secara matang terhadap seluruh komponen proses komunikasi, yaitu, komunikator, pesan, saluran komunikasi, komunikan, efek dan umpan balik. Bahkan dengan kata lain, proses komunikasi yang akan dilakukan harus didahului dengan upaya pemeriksaan terhadap pertanyaan-pertanyaan, siapa komunikatornya?, apa pesannya?, melalui media apa?, sasarannya siapa?, dan bagaimana efeknya pada sasaran. Dan berdasarkan hal diatas, disini pemakalah akan membahas tentang fungsi dan tujuan komunikasi.

Beberapa fungsi komunikasi menurut para ahli diantaranya :

1. Menurut Thomas M. Scheidel

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

2. 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

3. 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.

4. 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.

D. Fungsi Komunikasi Menurut William I. Gorden

Fungsi bahasa adalah sebagai alat komunikasi. Komunikasi itu sendiri secara terminologis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Lalu, apakah fungsi dari Komunikasi itu sendiri? Untuk menjawab ini mari kita simak uraian yang disampaikan oleh William Gorden membagi fungsi-fungsi menjadi empat bagian. Fungsi-fungsi suatu peristiwa komunikasi (communication event) tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi dominan. Berikut ini empat fungsi komunikasi yang di kemukakan William I. Gorden.

1. Komunikasi Sosial

Dalam kehidupannya, manusia senantiasa terlibat dalam aktivitas komunikasi. Manusia mungkin akan mati, atau setidaknya sengsara manakala dikucilkan sama sekali sehingga ia tidak bisa melakukan komunikasi dengan dunia sekelilingnya. Oleh sebab itu komunikasi merupakan tindakan manusia yang lahir dengan penuh kesadaran, bahkan secara aktif manusia sengaja melahirkannya karena ada maksud atau tujuan tertentu.

Memang apabila manusia dibandingkan dengan makhluk hidup lainnya seperti hewan, ia tidak akan hidup sendiri. Seekor anak ayam, walaupun tanpa induk, mampu mencari makan sendiri. Manusia tanpa manusia lainnya pasti akan mati. Manusia tidak dikaruniai Tuhan dengan alat-alat fisik yang cukup untuk hidup sendiri.

Dapat dikatakan bahwa didalam kehidupan komunikasi adalah persyaratan yang utama dalam kehidupan manusia. Tidak ada manusia yang melepaskan hidupnya untuk berkominikasi antar sesama. Dengan seperti itu, komunikasi sosial sangat penting dalam kehidupan manusia pada umumnya untuk membantunya berinteraksi dengan sesama, karena manusia tercipta sebagai makhluk sosial.

Karena sifat manusia yang selalu berubah-ubah hingga kini belum dapat diselidiki dan dianalisis secara tuntas hubungan antara unsur-

unsur didalam masyarakat secara lebih mendalam dan terorganisir Komunikasi sosial adalah kegiatan komunikasi yang diarahkan pada pencapaian suatu situasi integrasi sosial. Komunikasi sosial juga merupakan suatu proses pengaruh-mempengaruhi mencapai keterkaitan sosial yang dicita-citakan antar individu yang ada di masyarakat.

Komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, kelangsungan hidup, memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan (lewat komunikasi yang bersifat menghibur) dan mempunyai hubungan dengan orang lain.

Melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, RT, RW, kota, negara dan lain-lain) untuk mencapai tujuan bersama. Komunikasilah yang memungkinkan individu membangun suatu kerangka rujukan dan menggunakannya sebagai paduan untuk menafsirkan situasi apapun yang dihadapi dan juga komunikasi yang memungkinkannya mempelajari dan menerapkan strategi-strategi adaptif untuk mengatasi situasi-situasi probematik yang ia masuki.

Implisit dalam fungsi komunikasi sosial ini adalah fungsi komunikasi kultural para ilmuan sosial mengakui bahwa budaya dan komunikasi mempunyai hubungan timbal balik seperti dua sisi dari mata uang. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi dan pada gilirannya komunikasi pun turut menemukan, memelihara, mengembangkan atau mewariskan budaya. Edward T. Hall menyatakan budaya adalah komunikasi dan komunikasi adalah budaya, maksudnya adalah pada satu sisi komunikasi merupakan suatu mekanisme untuk mensosialisasikan norma-norma budaya masyarakat baik secara “horizontal” yaitu dari suatu masyarakat kepada masyarakat lainnya, ataupun secara “vertikal” yaitu dari suatu generasi kepada generasi berikutnya.

Pada sisi lain budaya menetapkan norma-norma (komunikasi) yang dianggap sesuai untuk suatu kelompok tertentu, misalnya laki-laki tidak gampang menangis. Alfred Korzybski menyatakan bahwa kemampuan manusia berkomunikasi menjadikan mereka mengikat waktu (time-binder). Pengikatan waktu (time-binding) merujuk pada kemampuan manusia untuk mewariskan pengetahuan dari generasi ke generasi dan dari budaya ke budaya. Pengikatan waktu jelas merupakan suatu karakteristik yang membedakan manusia dengan bentuk lain kehidupan, dengan kemampuan tersebut manusia

mampu mengendalikan dan mengubah lingkungan mereka. Kesulitan komunikasi berasal dari fakta bahwa kelompok budaya atau subkultur yang ada dalam suatu budaya mempunyai perangkat norma yang berlainan, misalnya antara generasi tua dengan generasi muda. Kematangan dalam budaya ditandai dengan toleransi atas perbedaan. Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita, dan itu hanya kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada diri kita. Konsep diri kita pada umumnya dipengaruhi oleh keluarga, orang-orang dekat disekitar kita termasuk kerabat. Mereka itulah yang disebut *significant others*. Aspek-aspek konsep diri diantaranya: jenis kelamin, agama, kesukuan, pendidikan, pengalaman, rupa fisik dan lain-lain. Identitas etnik merupakan konsep penting atau unsur-unsur penting konsep diri. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis yang disebut aktualisasi atau eksistensi diri.

a. Pembentukan Konsep Diri

Konsep diri adalah pandangan kita mengenai diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Melalui komunikasi dengan orang lain kita belajar bukan saja mengenai siapa kita, namun juga bagaimana kita merasakan siapa kita. Anda mencintai diri anda bila anda telah dicintai; anda berpikir anda cerdas bila orang-orang sekitar anda menganggap anda cerdas; anda merasa tampan atau cantik bila orang-orang sekitar anda juga mengatakan demikian. George Herbert Mead (dalam Jalaluddin Rakhmat, 1994) mengistilahkan *significant others* (orang lain yang sangat penting) untuk orang-orang disekitar kita yang mempunyai peranan penting dalam membentuk konsep diri kita. Ketika kita masih kecil, mereka adalah orang tua kita, saudara-saudara kita, dan orang yang tinggal satu rumah dengan kita. Richard Dewey dan W.J. Humber (1966) menamai *affective others*, untuk orang lain yang dengan mereka kita mempunyai ikatan emosional. Dari merekalah, secara perlahan-lahan kita membentuk konsep diri kita. Selain itu, terdapat apa yang disebut dengan *reference group* (kelompok rujukan) yaitu kelompok yang secara emosional mengikat kita, dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri kita. Dengan melihat ini, orang mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan dirinya dengan ciri-ciri kelompoknya. Kalau anda memilih kelompok rujukan anda Ikatan Dokter Indonesia,

anda menjadikan norma-norma dalam Ikatan ini sebagai ukuran perilaku anda. Anda juga merasa diri sebagai bagian dari kelompok ini, lengkap dengan sifat-sifat dokter menurut persepsi anda.

b. Pernyataan Eksistensi Diri

Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepat lagi pernyataan eksistensi diri. Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri terlihat jelas misalnya pada penanya dalam sebuah seminar. Meskipun mereka sudah diperingatkan moderator untuk berbicara singkat dan langsung ke pokok masalah, penanya atau komentator itu sering berbicara panjang lebar mengkuliahi hadirin, dengan argumen-argumen yang terkadang tidak relevan.

c. Untuk Kelangsungan Hidup, Memupuk Hubungan dan Memperoleh Kebahagiaan

Sejak lahir, kita tidak dapat hidup sendiri untuk mempertahankan hidup. Kita perlu dan harus berkomunikasi dengan orang lain, untuk memenuhi kebutuhan biologis kita seperti makan dan minum, dan memenuhi kebutuhan psikologis kita seperti sukses dan kebahagiaan.

Para psikolog berpendapat, kebutuhan utama kita sebagai manusia, dan untuk menjadi manusia yang sehat secara rohani, adalah kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, yang hanya bisa terpenuhi dengan membina hubungan yang baik dengan orang lain. Abraham Maslow menyebutkan bahwa manusia punya lima kebutuhan dasar: kebutuhan fisiologis, keamanan, kebutuhan sosial, penghargaan diri, dan aktualisasi diri. Kebutuhan yang lebih dasar harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan yang lebih tinggi diupayakan. Kita mungkin sudah mampu kebutuhan fisiologis dan keamanan untuk bertahan hidup. Kini kita ingin memenuhi kebutuhan sosial, penghargaan diri, dan aktualisasi diri. Kebutuhan ketiga dan keempat khususnya meliputi keinginan untuk memperoleh rasa lewat rasa memiliki dan dimiliki, pergaulan, rasa diterima, memberi dan menerima persahabatan. Komunikasi akan sangat dibutuhkan untuk memperoleh dan memberi informasi yang dibutuhkan, untuk membujuk atau mempengaruhi orang lain, mempertimbangkan solusi alternatif atas masalah kemudian mengambil keputusan, dan tujuan-tujuan sosial serta hiburan.

2. Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif dapat dilakukan baik sendirian ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sejauh komunikasi tersbut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Harus diakui, musik juga dapat mengekspresikan perasaan, kesadaran dan bahkan pandangan hidup manusia. Itu sebabnya pertunjukan musik Iwan Fals yang lirik-liriknya bermuatan kritik atau sindiran terhadap penguasa sering di larang oleh pihak berwajib selama era Orde Baru.

Lukisan pun sering mengekspresikan perasaan pelukisnya sebagaimana lukisan-lukisan Raden Saleh yang warna-warnanya suram. Para pengamat menafsirkan warna-warna itu menggambarkan suasana kejiwaan Raden Saleh yang prihatin dan tertekan dalam mengalami masa penjajahan dan menyaksikan kaumnya tertindas oleh penjajah (Hafidz, Cangara, 2005: 65)

Contoh dari komunikasi ekspresif:

- a. Seorang bapak menunjukkan kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya.
- b. Seorang atasan menunjukkan simpatinya kepada bawahannya yang istrinya baru melahirkan dengan menjabat tangan.
- c. Mahasiswa memprotes kebijakan penguasa Negara dengan melakukan demonstrasi, mogok makan atau aksi diam.
- d. Puisi “Tak Sepadan” karya Chairil Anwar mengekspresikan kebebasannya dalam berekreasi.

TAK SEPADAN

Aku kira:

Beginilah nanti jadinya

Kau kawin, beranak dan berbahagia

Sedang aku mengembara serupa Ahasveros

Dikutuk-sumpahi Eros

Aku merangkaki dinding buta

Tak satu juga pintu terbuka

Jadi baik juga kita padami

Unggunan api ini

Karena kau tidak ‘kan apa-apa

Aku terpanggang tinggal rangka

Februari 1943

- e. Novel Saman karya Ayu Utami mengekspresikan semangat anak muda yang banyak terlibat dalam Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM).
- f. Cerpen-cerpen Helvy Tiana Rosa bernapaskan Islam yang dimuat dalam antologi cerpennya *Ketika Mas Gagah Pergi* dan dalam *Sembilan Mata Hati* mengekspresikan keprihatinannya akan nasib umat Islam yang tertindas di berbagai pelosok dunia dan semangat jihadnya yang menggelak.
- g. Lagu-lagu perjuangan Indonesia, meskipun menghibur dan esestis, juga mengandung imbauan kepada rakyat untuk berjuang merebut dan mempertahankan kemerdekaan. Lagu “Maju Tak Gentar” dan “Halo-Halo Bandung” mengekspresikan perjuangan dan semangat kepahlawanan. Selain itu, musik juga dapat mengekspresikan perasaan, kesadaran, dan bahkan pandangan hidup (ideology) manusia.
- h. Lukisan pun sering mengekspresikan perasaan pelukisnya, misalnya seperti lukisan karya Raden Shaleh. Lukisan-lukisan Raden Saleh yang ditafsirkan oleh para pengamat bahwa lukisan tersebut menggambarkan suasana kejiwaan Raden Saleh yang prihatin dan tertekan dalam mengalami masa penjajahan dan menyaksikan kaumnya tertindas oleh penjajah. Bentuk seni lukis itu jelas mengekspresikan suasana kejiwaan dan semangat zaman pelukisnya.
- i. Contoh lainnya adalah lukisan-lukisan karya Affandi. Affandi Koesoema (Cirebon, Jawa Barat, 1907 - 23 Mei 1990) adalah seorang pelukis yang dikenal sebagai Maestro Seni Lukis Indonesia, mungkin pelukis Indonesia yang paling terkenal di dunia internasional, berkat gaya ekspresionisnya yang khas. Pada tahun 1950-an ia banyak mengadakan pameran tunggal di India, Inggris, Eropa, dan Amerika Serikat. Pelukis yang produktif, Affandi telah melukis lebih dari dua ribu lukisan.
- j. Salah satu tarian yang secara simbolik mengekspresikan kesadaran atau perasaan penarinya adalah Tari Baluse, yakni tarian perang ala Nias yang dilakukan sekelompok pria. Tarian ini sebenarnya merupakan symbol perlawanan terhadap penjajah dan ketidakadilan. Dengan menggunakan busana perang, masing-masing penari menggenggam sebilah pedang di tangan kanan dan perisai di

tangan kiri. Tarian ini dilakukan sebagai ungkapan rasa syukur rakyat Nias untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik dan bebas dari keterbelakangan.

- k. Teater yang disutradarai W.S Rendra, N.Rianto, atau Ratna Sarumpaet dalam dekade terakhir tidak jarang mengekspresikan protes atau kritik masyarakat. Sejumlah drama lain seperti Teater berjudul “Ketika Kita Kaku” karya Arman Dewarti menggambarkan nasib perempuan yang selalu menjadi korban terparah dari tindak kekerasan yang terjadi di berbagai tempat, karena mereka juga kehilangan martabat sebagai manusia selain kehilangan harta benda. Contoh lainnya adalah atraksi seni “Rebutan Kursi” di halaman depan gedung Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang dipimpin Kusumo Priyono. Aksi yang dilakukannya merupakan ekspresi keprihatinan para seniman terhadap kerja KPU selama ini.

3. Komunikasi Ritual

Pola komunikasi yang dibangun dalam pandangan ritual adalah sacred ceremony (upacara sakral/suci) dimana setiap orang secara bersama-sama bersekutu dan berkumpul (*fellowship and commonality*). Senada dengan hal ini, Radford menambahkan, pola komunikasi dalam perspektif ritual bukanlah si pengirim mengirimkan suatu pesan kepada penerima, namun sebagai upacara suci dimana setiap orang ikut mengambil bagian secara bersama dalam bersekutu dan berkumpul sebagaimana halnya melakukan perjamuan kudus. Dalam pandangan ritual, yang lebih dipentingkan adalah kebersamaan masyarakat dalam melakukan doa, bernyanyi dan seremonialnya.

Komunikasi ritual memiliki kaitan erat dengan komunikasi ekspresif. Biasanya komunikasi ritual ini dilakukan secara kolektif. Misalnya, suatu komunitas melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, hingga upacara kematian. Komunikasi ritual dalam pemahaman McQuail disebut pula dengan istilah komunikasi ekspresif. Komunikasi dalam model yang demikian lebih menekankan akan kepuasan *intrinsic* (hakiki) dari pengirim atau penerima ketimbang tujuan-tujuan *instrumental* lainnya. Komunikasi ritual atau ekspresif bergantung pada emosi dan pengertian bersama.

Ritus-ritus lain seperti berdoa, membaca kitab, naik haji, upacara

wisuda, perayaan lebaran, juga adalah komunikasi ritual. Mereka yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut dapat menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, suku, bangsa, negara, ideologi, atau agama. Hamad dalam memahami komunikasi ritual, menguraikan ciri-ciri komunikasi ritual sebagai berikut:

- Komunikasi ritual berhubungan erat dengan kegiatan berbagi, berpartisipasi, berkumpul, bersahabat dari suatu komunitas yang memiliki satu keyakinan sama.
- Komunikasi tidak secara langsung ditujukan untuk transmisi pesan, namun untuk memelihara keutuhan komunitas.
- Komunikasi yang dibangun juga tidak secara langsung untuk menyampaikan atau mengimpartasikan informasi melainkan untuk merepresentasi atau menghadirkan kembali kepercayaan-kepercayaan bersama masyarakat.
- Pola komunikasi yang dibangun ibarat upacara sakral/suci dimana setiap orang secara bersama-sama bersekutu dan berkumpul (misalnya melakukan doa bersama, bernyanyi dan kegiatan seremonial lainnya).
- Penggunaan bahasa baik melalui artifisial maupun simbolik (umumnya dalam wujud tarian, permainan, kisah, dan tutur lisan) ditujukan untuk konfirmasi, menggambarkan sesuatu yang dianggap penting oleh sebuah komunitas, dan menunjukkan sesuatu yang sedang berlangsung dan mudah pecah dalam sebuah proses sosial.
- Seperti halnya dalam upacara ritual, komunikasi diusahakan terlibat dalam drama suci itu, dan tidak hanya menjadi pengamat atau penonton.
- Agar komunikasi ikut larut dalam proses komunikasi maka pemilihan simbol komunikasi hendaknya berakar dari tradisi komunitas itu sendiri, seperti hal-hal yang unik, asli dan baru bagi mereka.
- Komunikasi ritual atau komunikasi ekspresif bergantung pada emosi atau perasaan dan pengertian bersama warga. Juga lebih menekankan akan kepuasan intrinsic (hakiki) dari pengirim atau penerima.
- Pesan yang disampaikan dalam komunikasi ritual bersifat tersembunyi (latent), dan membingungkan/bermakna ganda (ambiguous), tergantung pada asosiasi dan simbol-simbol komunikasi yang digunakan oleh suatu budaya.
- Antara media dan pesan agak sulit dipisahkan. Media itu sendiri bisa menjadi pesan.

- Penggunaan simbol-simbol ditujukan untuk mensymbolisasi ide-ide dan nilai-nilai yang berkaitan dengan keramah-tamahan, perayaan atau upacara penyembahan dan persekutuan.

Selain mengandung makna upacara-upacara keagamaan, upacara-upacara tersebut, juga dapat menegaskan kembali tempat manusia dalam masyarakat, keluarga, persahabatan, dan dalam cinta. Misalnya dalam upacara kematian, hal itu juga menegaskan kembali jati dirinya, kekhususan hidupnya, kesenjangan yang ia tinggalkan dalam kehidupan orang lain. Masyarakat menyatakan kepeduliannya kepada setiap anggota dan para penerusnya lewat upacara pemakaman.

Fungsi ritual ditunjukkan juga oleh upacara pernikahan. Dalam modul ini penulis akan memberi contoh mengenai upacara pernikahan adat Jawa. Dalam upacara adat Jawa terdapat beberapa tahap dalam proses pernikahan, di antaranya sebagai berikut :

a. Lamaran

Jika keduanya sudah merasa cocok, maka orang tua pengantin laki-laki mengirim utusan ke orang tua pengantin perempuan untuk melamar puteri mereka. Orang tua dari kedua pengantin telah menyetujui lamaran perkawinan. Pada prosesi ini biasanya ditandai dengan tukar cincin dan seperangkat perlengkapan untuk calon pengantin wanita. Tahapan ini terjadi komunikasi yang mengandung arti bahwa kedua keluarga telah ada kata sepakat untuk menikahkan putra-putri mereka dengan ditandai oleh cincin yang terpasang di jari kedua calon mempelai.

b. Pemasangan Dekorasi

Biasanya sehari sebelum pesta pernikahan, pintu gerbang dari rumah orang tua wanita dihias dengan Tarub (dekorasi tumbuhan), Yang terdiri dari pohon pisang, buah pisang, tebu, buah kelapa dan daun beringin. Pada prosesi ini terjadi komunikasi yang memiliki makna agar pasangan pengantin akan hidup baik dan bahagia di mana saja. Pasangan pengantin saling cinta satu sama lain dan akan merawat keluarga mereka.

c. Upacara Siraman

Pesta Siraman ini biasanya diadakan di siang hari, sehari sebelum acara pernikahan. Siraman diadakan di rumah orang tua pengantin masing-masing. Siraman biasanya dilakukan di kamar mandi atau di taman. Airnya merupakan campuran dari kembang setaman yang disebut Banyu Perwitosari yang jika memungkinkan diambil dari 7 mata air. Diawali siraman oleh

orang tua calon pengantin, acara siraman ditutup oleh siraman pemaes yang kemudian memecahkan kendi. Biasanya orang yang melakukan Siraman yaitu orang tua dan keluarga dekat atau orang yang dituakan. Makna komunikasi ritual yang terkandung pada prosesi pesta Siraman adalah untuk membersihkan jiwa dan raga sehingga jiwa dan raganya menjadi harum seharum bunga yang digunakan untuk prosesi siraman ini.

d. Upacara Midodareni.

Biasanya pengantin wanita harus tinggal di kamar dari jam enam sore sampai tengah malam dan ditemani oleh keluarga atau kerabat dekat perempuannya. Biasanya mereka akan memberi saran dan nasihat. Keluarga dan teman dekat dari pengantin wanita akan datang berkunjung, dan semuanya harus wanita.

e. Upacara Ijab Kabul

Orang Jawa biasanya bicara lahir, menikah, dan meninggal adalah takdir Tuhan. Upacara Ijab merupakan syarat yang paling penting dalam mengesahkan pernikahan. Pelaksanaan dari Ijab sesuai dengan agama dari pasangan pengantin. Pada saat ijab orang tua pengantin perempuan menikahkan anaknya kepada pengantin pria. Dan pengantin pria menerima nikahnya pengantin wanita yang disertai dengan penyerahan mas kawin bagi pengantin wanita. Pada saat ijab ini akan disaksikan oleh Penghulu atau pejabat pemerintah yang akan mencatat pernikahan mereka. Prosesi ini adalah yang terpenting sebab pada tahapan ini terjadi komunikasi dengan sang Pencipta, sesuatu yang semula diharamkan menjadi halal untuk dilakukan karena telah terikat pada pernikahan.

f. Upacara Panggih

Pertemuan antara pengantin wanita yang cantik dengan pengantin laki-laki yang tampan di depan rumah yang dihias dengan tanaman Tarub. Pengantin laki-laki diantar oleh keluarganya, tiba di rumah dari orang tua pengantin wanita dan berhenti di depan pintu gerbang. Pengantin wanita, diantar oleh dua wanita yang dituakan, berjalan keluar dari kamar pengantin. Orang tuanya dan keluarga dekat berjalan di belakangnya. Kembang mayang yang dibawa keluar rumah dan diletakkan di persimpangan dekat rumah yang tujuannya untuk mengusir roh jahat.

g. Upacara Balangan Suruh

Pengantin wanita bertemu dengan pengantin laki-laki. Mereka mendekati satu sama lain, jaraknya sekitar tiga meter. Mereka mulai melempar sebundel daun betel dengan jeruk di dalamnya bersama dengan benang putih. Mereka melakukannya dengan keinginan besar dan kebahagiaan, semua orang tersenyum bahagia. Menurut kepercayaan kuno, daun betel mempunyai kekuatan untuk menolak dari gangguan buruk. Dengan melempar daun betel satu sama lain, itu akan mencoba bahwa mereka benar-benar orang yang sejati, bukan setan atau orang lain yang menganggap dirinya sebagai pengantin laki-laki atau perempuan.

h. Upacara Wiji Dadi

Pengantin laki-laki menginjak telur dengan kaki kanannya. Pengantin perempuan mencuci kaki pengantin laki-laki dengan menggunakan air dicampur dengan bermacam-macam bunga. Itu mengartikan, bahwa pengantin laki-laki siap untuk menjadi ayah serta suami yang bertanggung jawab dan pengantin perempuan akan melayani setia suaminya.

i. Upacara Pupuk

Ibu mempelai perempuan yang mengusap mempelai laki-laki sebagai tanda ikhlas menerimanya sebagai bagian dari keluarga.

j. Upacara Sinduran

Berjalan perlahan-lahan dengan menyampirkan kain sindur sebagai tanda bahwa kedua mempelai sudah diterima sebagai keluarga.

k. Upacara Timbang

Kedua mempelai duduk di pangkuan bapak mempelai perempuan sebagai tanda kasih sayang orang tua terhadap anak dan menantu sama besarnya. Orang tua tidak akan membedakan antara anak menantu dan anak sendiri, semua dianggap sebagai puteranya sendiri.

l. Upacara Kacar-Kucur

Kacar-kucur yang dituangkan ke pangkuan perempuan sebagai simbol pemberian nafkah. Komunikasi yang menggambarkan bahwa seorang laki-laki mempunyai kewajiban menyerahkan

semua hasil usahanya kepada istrinya, dan istri harus dapat mengelola penghasilan suaminya untuk keperluan keluarganya.

m. Upacara Dahar Kembul

Pasangan pengantin makan bersama dan menyuapi satu sama lain. Pertama, pengantin laki-laki membuat tiga bulatan kecil dari nasi dengan tangan kanannya dan diberinya ke pengantin wanita. Setelah pengantin wanita memakannya, dia melakukan sama untuk suaminya. Setelah mereka selesai, mereka minum teh manis. Upacara itu melukiskan bahwa pasangan akan menggunakan dan menikmati hidup bahagia satu sama lain. Saling menyuapi satu sama lain yang melambangkan kedua mempelai akan hidup bersama dalam susah dan senang

n. Upacara Mertui

Orang tua mempelai perempuan menjemput orang tua mempelai laki-laki di depan rumah untuk berjalan bersama menuju tempat upacara. Hal ini melambangkan bahwa keluarga laki-laki dan keluarga perempuan telah menjadi besan (keluarga) dan bersama-sama menyaksikan dan memberi doa restu untuk kebahagiaan kedua putra mereka

o. Upacara Sungkeman

Kedua mempelai bersujud kepada kedua orang tua untuk mohon doa restu dari orang tua mereka masing-masing. Pertama ke orang tua pengantin wanita, kemudian ke orang tua pengantin laki-laki. Selama Sungkeman sedang berlangsung, Pemaes mengambil keris dari pengantin laki-laki. Setelah Sungkeman, pengantin laki-laki memakai kembali kerisnya.

Prosesi ini sebagai pengingat pada temanten putri, supaya selalu berbakti kepada mempelai pria. Sebaliknya temanten putra supaya mempunyai rasa melindungi (hangayomi) dengan memberi contoh tindak-tanduk yang baik kepada temanten putri.

p. Pesta pernikahan

Setelah upacara pernikahan selesai, selanjutnya diakhiri dengan pesta pernikahan. Menerima ucapan selamat dari para tamu dan undangan. Mungkin ini bagian dari kebahagiaan kedua mempelai dengan para tamu, keluarga serta para undangan. Prosesi ini sebagai penanda supaya perkawinan kedua mempelai disaksikan dan diakui oleh masyarakat lingkungannya (Morissan, 2013:179).

4. Komunikasi Instrumental

Komunikasi ini bersifat mempengaruhi, memberikan rangsangan, membujuk atau dapat disebut bersifat persuasif. Dalam hal ini komunikasi berpengaruh baik jika menggunakannya bertujuan untuk hal-hal baik sederhananya seperti pemberian informasi jika merokok dapat membahayakan kesehatan. Tetapi jika disalahgunakan untuk mempengaruhi orang “ngerokok dong banci lo” akan berpengaruh buruk untuk orang itu. Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, di antaranya: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur. Kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif).

Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan (to inform) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui. Misalnya, ketika seorang dosen menyatakan bahwa ruang kuliah kotor, pernyataannya dapat membujuk mahasiswa untuk membersihkan ruang kuliah tersebut. Bahkan komunikasi yang menghibur (to entertain) pun secara tidak langsung membujuk khalayak untuk melupakan persoalan hidup mereka.

Sementara itu, tujuan jangka panjang dapat diraih lewat keahlian komunikasi, misalnya keahlian pidato, berunding, berbahasa asing ataupun keahlian menulis. Kedua tujuan itu tentu saja berkaitan dalam arti bahwa berbagai pengelolaan kesan itu secara kumulatif dapat digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang berupa keberhasilan dalam karier, misalnya untuk memperoleh jabatan, kekuasaan, penghormatan sosial, dan kekayaan. Seperti yang dikatakan oleh Thomas Harrel, seorang profesor bidang bisnis di Stanford University, faktor yang paling sering membuat seseorang itu sukses adalah kesuksesan berbicara. Harrel juga mengemukakan bahwa nyatanya para pemimpin besar adalah komunikator besar, sraya menutip pendapat John Callen bahwa hal terpenting bagi seorang Chief Executive Officer (CEO) sesudah keahliannya adalah kemampuan berkomunikasi. Para CEO menunjukkan bahwa ada hubungan langsung antara keahlian komunikasi pegawai dan perolehan keuntungan perusahaan. Pada survei atas para manajer personalia 175 perusahaan besar bagian barat Amerika menunjukkan bahwa komunikasi lisan dan komunikasi tulisan menempati urutan pertama dan kedua dari 24 kecakapan terpenting

yang mempengaruhi kesuksesan alumni Jurusan Bisnis dalam mendapatkan pekerjaan.

Dalam pengamatan yang dilakukan Schein atas sejumlah lulusan Massachusetts Institute of Technology (MIT), ia membuktikan bahwa komunikasi efektif merupakan salah satu keahlian penting, bahkan boleh jadi yang terpenting, untuk mencapai keberhasilan dan kebahagiaan hidup. Ia juga menekankan bahwa kemampuan meningkatkan manfaat komunikasi antarpribadi merupakan suatu keahlian istimewa, tidak hanya bagi pribadi dan keluarga, tetapi juga bagi peningkatan karier.

Beberapa uraian di atas menunjukkan bahwa kemampuan berkomunikasi berperan penting untuk mencapai posisi puncak dalam manajemen. Secara implisit, komunikasi juga sebenarnya sama pentingnya dalam politik. Misalnya, kemampuan Amien Rais melakukan komunikasi antarpribadi (yang sering juga disebut melobi, manuver politik, atau bahkan politik dagang sapi) dalam Sidang umum MPR 1999 jelas berperan krusial untuk menjadikan dirinya sebagai ketua MPR dan pada gilirannya menjadikan Abdurrahman Wahid (Gus Dur) sebagai presiden, yang dipromosikannya lewat Poros Tengah yang digalang sebelumnya.

Berarti lewat komunikasi membuat para pemimpin politik harus mengemukakan pendapat atau pandangan di hadapan wakil rakyat, pejabat pemerintah, dan wartawan. Pandangan-pandangan mereka tersebut akan membangun kredibilitas mereka sebagai pemimpin. Misalnya seperti yang dilakukan oleh Amien Rais yang membangun kredibilitas politiknya. Ia bukan saja membangun kredibilitasnya di kalangan partainya sendiri, melainkan di kalangan partai lain, khususnya yang tergabung dalam Poros Tengah, bahkan di kalangan pers dan wartawan. Keberhasilan politik yang dilakukan oleh Amien Rais tidak eksklusif, karena sebelumnya sudah ada para pemimpin partai di negara-negara demokratis yang melakukan kredibilitas politik yang serupa.

Bila di Amerika Serikat, keahlian berkomunikasi membantu keberhasilan karier dan material seperti Walter Cronkite, Barbara Walters (penyiar berita), Larry King, Oprah Winfrey, dan Ricky Lake (pengasuh talk show), di Indonesia keahlian juga sangat menunjang keberhasilan serupa, seperti K.H. Zainuddin MZ, Hermawan Kartajaya, Wimar Witoelar, dan Miing.

BAB 2

Hakikat, Definisi, dan Konteks Komunikasi

A. Pendahuluan

Komunikasi merupakan kata yang sering kita dengar dan tidak asing lagi, tapi apakah yang ada di pikiran anda ketika mendengar kata komunikasi? Jawaban dari setiap orang bisa jadi berbeda-beda, ada yang menjawab mengobrol, bercanda, pidato, hingga penggunaan gawai yang canggih dan beraneka ragam. Komunikasi merupakan hal yang setiap hari diperbincangkan, berbagai kalangan pasti berkomunikasi, mulai dari masyarakat biasa, pejabat, ilmuwan, dan masih banyak lagi, sehingga kata komunikasi memiliki arti yang beraneka ragam dan lain-lain. Komunikasi merupakan suatu langkah penting dalam memperbaiki suatu keadaan atau situasi yang sulit. Apakah yang anda pikirkan bila mendengarkan kata komunikasi? Jawaban atas pertanyaan ini amat beraneka ragam, mulai dari berdoa (yang merupakan komunikasi dengan Tuhan), bersendagurau, berpidato, hingga penggunaan alat-alat elektronik yang canggih.

Komunikasi adalah topik yang amat sering diperbincangkan, bukan hanya dikalangan ilmuwan komunikasi, melainkan juga dikalangan awam, sehingga kata komunikasi itu sendiri memiliki terlalu banyak arti yang berlainan. Komunikasi merupakan langkah awal memperbaiki pemahaman atas fenomena yang rumit. Tidak hanya manusia, hewan pun juga berkomunikasi, namun caranya memang lebih sederhana. Misalnya, dalam komunikasi yang dilakukan antar kucing, perilaku seekor kucing menjadi rangsangan bagi kucing lainnya untuk memberikan respon. Kucing merespon satu sama lainnya dengan mengeong, memberu tanda, menyerang, dan sebagainya.

Ada hewan yang berkomunikasi dengan suara mereka, ada juga yang berkomunikasi dengan perilaku mereka, berupa isyarat tertentu atau gabungan suara dan isyarat. Umumnya, komunikasi serangga lebih rumit

tingkatannya daripada komunikasi tersebut, terutama dalam komunikasi organisasinya. Alasan komunikasi serangga lebih rumit daripada organisasi hewan lain adalah karena masyarakat bisa eksis berdasarkan bahasa dan naluri. Dalam bahasa Rosengren, komunikasi sebagai transaksi bersifat interasubjektif disebut juga dengan komunikasi penuh manusia (William, 1993: 97).

B. Hakikat, Definisi, dan Konteks Komunikasi

Hakikat komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan manusia untuk menyampaikan isi pesannya kepada manusia lain untuk mencapai tujuan tertentu. Manusia hidup dalam dunia komunikasi. Setiap hari dan setiap saat manusia melakukan aktifitas komunikasi antarpribadi, berbicara dengan anggota keluarga, tetangga, dan rekan sejawat. Pada saat berbicara dengan diri sendiri, meyakinkan diri dalam memutuskan sesuatu, manusia melakukan komunikasi intra pribadi. Pada sebuah organisasi, manusia memecahkan masalah atau mengembangkan ide-ide atau inovasi, saling berinteraksi dalam komunikasi kelompok atau organisasi. Jika berinteraksi dengan pihak lain yang mempunyai latar belakang budaya berbeda, maka manusia sudah melakukan komunikasi antarbudaya.

Isi dari interaksi antarmanusia adalah komunikasi. Dua orang dikatakan melakukan interaksi apabila masing-masing melakukan aksi dan reaksi. Aksi dan reaksi yang dilakukan manusia baik perseorangan, kelompok, atau pun organisasi dalam ilmu komunikasi disebut tindakan komunikasi.

Komunikasi adalah topik yang amat sering diperbincangkan, bukan hanya dikalangan ilmuwan komunikasi, melainkan juga dikalangan awam, sehingga kata komunikasi itu sendiri memiliki terlalu banyak arti yang berlainan. Komunikasi merupakan langkah awal memperbaiki pemahaman atas fenomena yang rumit.

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin communis yang berarti “sama”, communico, communication, atau communicare yang berarti “membuat sama” (to make common). Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Kata lain komunikasi adalah komunitas (community) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas. Oleh karena itu, komunitas juga berbagi bentuk-bentuk komunikasi yang berkaitan

dengan seni, agama, dan bahasa dan masing-masing bentuk tersebut mengandung dan menyampaikan gagasan, sikap, perspektif, pandangan yang mengakar kuat dalam sejarah komunikasi tersebut.

Berbicara tentang komunikasi tersebut, tidak ada definisi yang benar ataupun salah. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit misalnya “Komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik,” atau terlalu luas misalnya. Komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih, sehingga para peserta komunikasi ini termasuk hewan, tanaman dan bahkan jin.

Komunikasi di definisikan secara luas sebagai “berbagi pengalaman.” Namun dalam buku ini yang dimaksud komunikasi adalah komunikasi manusia yang dalam bahasa Inggrisnya adalah human communication. Sebelum kita membahas komunikasi manusia lebih lanjut, terlebih dahulu kita akan membahas komunikasi” hewan, dan selintas membandingkannya dengan komunikasi manusia.

C. Posisi Komunikasi dalam Pohon Ilmu

Bila dilihat dari sisi epistemologi, ilmu komunikasi bukanlah ilmu seperti sosiologi, melainkan studies. Karena itu, ilmu komunikasi yang kita diskusikan sama dengan communication studies di Negara maju. Pendiri communication studies adalah Wilbur Schramm (1907-1987). Dia adalah orang pertama di dunia ini yang bergelar professor komunikasi.

Kelebihan Ilmu Komunikasi adalah Ilmu komunikasi bukan hanya sebuah disiplin ilmu yang merupakan studies, tetapi juga sebuah kegiatan profesional. Karena itu, peminat ilmu komunikasi harus punya kemampuan profesional dalam bidang komunikasi.

Ilmu komunikasi yang kita pelajari bukan ilmu murni (science), melainkan kajian (studies). Ia meminjam teori dan metode penelitian ilmu lain untuk mengkaji fenomena komunikasi.

D. Unsur-Unsur Komunikasi

Unsur-unsur yang harus ada dalam proses komunikasi adalah:

1. Sumber / pengirim pesan / komunikator / source / encoder , yaitu seseorang atau sekelompok orang atau suatu organisasi/institusi yang memiliki motif, mengambil inisiatif, dan menyampaikan pesan.
2. Pesan/informasi/message, dalam bentuk lambang atau tanda seperti kata-kata tertulis, secara lisan, gambar, angka, dan gestura, yang dapat berbentuk sinetron, iklan, berita, film, billboard, dll.
3. Saluran/media/channel, yaitu sesuatu yang dipakai sebagai alat

penyampaian atau pengiriman pesan (misalnya telepon tetap, telepon seluler, radio, surat kabar, majalah, televisi, gelombang udara dalam konteks komunikasi antarpribadi secara tatap muka).

4. Penerima/komunikas/receiver/decoder, yaitu seseorang atau sekelompok orang atau organisasi/institusi yang menjadi sasaran penerima pesan (Morissan, 2013:88).

E. Proses Komunikasi

Dalam proses komunikasi, dibutuhkan unsur-unsur komunikasi yang dikenal dengan S – M – C- R atau Source – Message – Channel – Receiver. Pada hakikatnya, komunikasi yaitu proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan, dan proses komunikasi ini dikategorikan ke dalam dua perspektif:

1. Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologis.

Proses ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika terjadi proses komunikasi, penyampaian dan penerimaan pesan oleh dan dari komunikator ke komunikan, maka dalam diri mereka terjadi suatu proses. Pesan yang disampaikan terdiri dari dua aspek yakni isi pesan (the content of language) dan lambang (symbol). Konkretnya isi pesan itu adalah pikiran dan perasaan, sedangkan lambang adalah bahasa.

2. Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistik.

Proses ini berlangsung ketika komunikator menyampaikan pesannya kepada komunikan secara lisan ataupun tulisan. Ketika komunikator menyampaikan pesan melalui bibir kalau lisan dan tangan jika tulisan. Dan penangkapan pesan oleh komunikan dapat dilakukan dengan indera telinga, indera mata, dan indera lainnya. Proses ini diklasifikasikan juga menjadi proses komunikasi secara primer dan secara sekunder.

a. Proses Komunikasi secara Primer.

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pesan dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media atau saluran. Ada dua jenis lambang ini, yaitu verbal dan non-verbal.

Lambang Verbal: Yakni bahasa, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan.

Lambang non-verbal: Yakni yang bukan berupa bahasa, seperti isyarat anggota tubuh, gesture, tanda-tanda yang bukan berupa bahasa baik lisan ataupun tulisan.

b. Proses Komunikasi secara Sekunder.

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana untuk menyampaikan pesannya. Penggunaan media/alat ini dikarenakan jarak/jauhnya antara komunikator dan komunikan, atau banyaknya jumlahnya, atau kedua-duanya.

Contoh: Menggunakan surat, surat kabar, radio, atau televisi.

Ada tiga elemen atau faktor lainnya yang juga penting dalam proses komunikasi, yaitu:

1. Akibat/dampak/hasil

Akibat ini terjadi pada pihak penerima/komunikan setelah menerima pesan.

2. Umpan balik/feedback

Adalah tanggapan balik dari pihak penerima/komunikan atas pesan yang diterimanya.

3. Gangguan/noise

Adalah faktor-faktor fisik (teknis) ataupun psikologis (dapat berupa semantic) yang dapat mengganggu atau menghambat kelancaran proses komunikasi. Menghambat yang dimaksud adalah tidak tercapai makna yang sama sehingga terjadi miss-komunikasi.

Proses komunikasi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pertama, pihak sumber membentuk (encode) pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran tertentu. Pihak penerima kemudian mengartikan dan menginterpretasikan pesan tersebut. Apabila penerima punya tanggapan, maka ia kemudian akan membentuk pesan dan menyampaikannya kembali kepada si sumber. Tanggapan yang disampaikan penerima pesan kepada sumber disebut sebagai umpan balik (feedback). Pihak sumber kemudian akan mengartikan dan menginterpretasikan tanggapan. Proses ini berlangsung secara sirkuler di mana peran sumber dan penerima berlaku secara bergantian.

Suatu proses atau kegiatan komunikasi akan berjalan dengan baik apabila terdapat pertautan minat dan kepentingan (overlapping of interest) di antara sumber dan penerima pesan. Untuk terjadinya overlapping of interest dituntut adanya persamaan dalam hal kerangka referensi (frame of interest) dari kedua pelaku komunikasi. Kerangka referensi menunjuk pada tingkat pendidikan, pengetahuan, latar belakang budaya, kepentingan, dan orientasi. Semakin tinggi tingkat persamaan dalam hal kerangka referensi, semakin besar pula overlapping of interest dan semakin mudah proses komunikasi berlangsung.

Komunikasi Hewan

Komunikasi hewan adalah semua perpindahan informasi pada bagian dari salah satu hewan yang memiliki efek pada perilaku sekarang atau masa depan dari hewan lainnya. Kajian mengenai komunikasi hewan—terkadang disebut Zoosemiotik (didefinisikan sebagai ilmu komunikasi sinyal atau semiosis) telah memainkan peranan penting dalam metodologi dari etologi, sosiobiologi, dan ilmu kognisi hewan. Komunikasi hewan adalah wilayah ilmu yang tumbuh cepat. Bahkan pada abad 21, banyak pemahaman sebelumnya yang berhubungan dengan berbagai bidang seperti penggunaan nama simbolik personal, emosi hewan, kultur hewan, pembelajaran, dan bahkan perilaku seksual hewan, yang lama dianggap telah cukup dipahami, telah dirombak kembali.

Komunikasi tidak hanya terjadi pada manusia, melainkan juga terjadi pada hewan. Hanya saja komunikasi hewan sangat sederhana, ditandai dengan tindakan– tindakan bersifat refleks. Hewan berkomunikasi dengan mengandalkan insting, serta bahasa isyarat seperti menggonggong, menggeram, menyerang dan lain-lain. Komunikasi hewan cenderung dilandasi penggunaan tanda alamiah. Semakin tinggi intelegensi pada hewan semakin rendah nalurinya. Yang membedakan komunikasi antara manusia dengan hewan adalah makna. Komunikasi manusia sarat dengan makna, komunikasi hewan tidak.

1. Dimensi pertama adalah tingkat observasi (level of observation), atau derajat keabstrakannya. Misalnya, definisi komunikasi sebagai proses yang menghubungkan satu sama lain bagian-bagian terpisah dunia kehidupan” adalah terlalu umum, sementara komunikasi sebagai”alat untuk mengirim pesan militer, perintah dan sebagainya lewat telepon, telegraf, radio, kurir, dan sebagainya” terlalu sempit.
2. Dimensi kedua adalah kesengajaan (intentionality). Sebagian definisi mencakup hanya pengiriman dan penerimaan pesan yang disengaja; sedangkan sebagian definisi lainnya tidak menuntut syarat ini. (Mulyana, 2005: 55)
3. Dimensi ketiga adalah penilaian normatif. Sebagian definisi, meskipun secara implisit, menyertakan keberhasilan atau kecermatan; sebagian lainnya tidak seperti itu.

F. Tiga Konseptualisasi Komunikasi

Sebagaimana dikemukakan John R. Wenburg dan William W. Wilmoth juga Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken setidaknya ada tiga kerangka pemahaman mengenai komunikasi yakni :

1. Komunikasi sebagai Tindakan Satu Arah

Pemahaman komunikasi sebagai proses searah sebenarnya kurang sesuai bila diterapkan pada komunikasi publik yang tidak melibatkan tanya jawab dan komunikasi massa. Pemahaman komunikasi sebagai proses searah ini oleh Michael Burgoon disebut sebagai definisi berorientasi sumber. Definisi seperti ini mengisyaratkan komunikasi sebagai semua kegiatan yang secara sengaja dilakukan seseorang untuk menyampaikan rangsangan untuk membangkitkan respons orang lain. Dalam konteks ini komunikasi dianggap suatu tindakan yang disengaja untuk menyampaikan pesan demi memenuhi kebutuhan komunikator seperti menjelaskan sesuatu. Definisi-definisi yang demikian mengabaikan komunikasi yang tidak disengaja, seperti pesan yang tidak direncanakan yang terkandung dalam nada suara atau ekspresi wajah, atau isyarat lain yang spontan. Definisi-definisi berorientasi sumber ini juga mengabaikan sifat prosedural interaksi memberi dan menerima yang menimbulkan pengaruh timbal balik antara pembicara dan pendengar. Pendek kata, konseptualisasi komunikasi sebagai tindakan satu arah menyoroti penyampaian pesan yang efektif dan mengisyaratkan bahwa semua kegiatan komunikasi bersifat persuasif.

Berdasarkan definisi Lasswell ini dapat diturunkan lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu :

- a. Sumber (source), sering disebut juga pengirim (sender), penyandi (encoder), komunikator (communicator), pembicara (speaker) atau originator. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau bahkan suatu negara.
- b. Pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbola verbal dan atau nonverbal yang mewakili perasaan baik ucapan ataupun tulisan.
- c. Saluran atau media, yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran boleh jadi merujuk pada bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima, apakah saluran verbal atau saluran nonverbal.
- d. Penerima (receiver) sering juga disebut sasaran atau tujuan (destination) komunikasi, penyandi balik (decoder) atau khalayak (audience), pendengar (listener), penafsir (interpreter), yakni orang yang menerima pesan dari sumber.
- e. Efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima

pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan (dari tidak tahu menjadi tahu), terhibur, perubahan sikap (dari tidak setuju menjadi setuju), perubahan perilaku (dari tidak bersedia membeli menjadi bersedia membeli), atau dari tidak mau memilih parpol tertentu menjadi mau memilihnya dalam pemilu dan sebagainya.

2. Komunikasi sebagai Interaksi

Model Transaksional Model komunikasi transaksional menggarisbawahi pengiriman dan penerimaan pesan yang berlangsung secara terus-menerus dalam sebuah episode komunikasi. Komunikasi bersifat transaksional mengatakan bahwa proses tersebut kooperatif, yakni pengirim dan penerima sama-sama bertanggung jawab terhadap dampak dan efektivitas komunikasi yang terjadi. Dalam model komunikasi linear, makna dikirim dari satu orang ke orang lainnya. Dalam model interaksional, makna dicapai melalui umpan balik dari pengirim dan penerima.

3. Komunikasi sebagai Transaksi

Dalam konteks ini komunikasi adalah suatu proses personal karena makna atau pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi. Kelebihan koseptualisasi komunikasi sebagai transaksi adalah bahwa komunikasi tersebut tidak mebatasi kita pada komunikasi tersebut tidak membatasi kita pada komunikasi yang disengaja atau respons yang dapat diamati. Artinya komunikasi terjadi apakah para pelakunya menyengajanya atau tidak, dan bahkan meskipun menghasilkan respons yang tidak dapat diamati. Dalam komunikasi transaksional, komunikasi dianggap telah berlangsung bila seseorang telah enafsirkaperilaku orang lain, baik perilaku verbal ataupun perilaku nonverbalya. Pemahaman ini mirip dengan definisi berorientasi penerima seperti yang dikemukakan burgoon, yag menekankan variabel-variabel yag berbeda, yakni penerima dan makna pesan bagi penerima hanya saja penerimaan pesan itu juga berlangsung dua arah, bukan satu arah.

G. Konteks-Konteks Komunikasi

Komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa sosial, melainkan dalam konteks situasi tertentu. Banyak pakar komunikasi menklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya. Sebagaimana juga definisi komunikasi, konteks komunikasi ini diuraikan secara berlainan. Menurut Verderber misalnya, konteks komunikasi terdiri dari:

1. Konteks Fisik
2. Konteks Sosial

3. Konteks Historis
4. Konteks Psikologis
5. Konteks Kultural

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

Komunikasi massa melibatkan banyak komunikator, berlangsung melalui system bermedia dengan jarak fisik rendah (artinya jauh), memungkinkan penggunaan satu atau dua saluran indrawi (penglihatan, pendengaran), dan biasanya tidak memungkinkan umpan balik segera. Sebaliknya, komunikasi antar pribadi melibatkan sejumlah komunikator yang relative kecil, berlangsung dengan jarak fisik yang dekat, bertatap muka, memungkinkan jumlah maksimum saluran indrawi, dan memungkinkan umpan balik segera. Dalam kenyataannya, komunikasi begitu dinamis, begitu banyak variasi komunikasi yang dapat kita temukan dengan nuansa yang berlainan.

Dalam komunikasi antarpribadi para pesertannya dapat mengontrol topik pembicaraan, dalam komunikasi massa komunikator (produsen pesan) mengontrol topik pelanggan yang menginginkan topic lain harus mengubah sumber informasi. Dalam komunikasi antar pribadi, para peserta dapat menekankan pesan dengan mengulang pesan, atau dengan tekanan verbal atau nonverbal tertentu, atau saling bertanya namun dalam komunikasi massa keluwesan tersebut sangat terbatas walaupun bukan berarti tidak ada sama sekali.

Kategorisasi berdasarkan tingkat (level) paling lazim digunakan untuk melihat konteks komunikasi, dimulai dari komunikasi yang melibatkan jumlah peserta paling banyak. Terdapat empat tingkat komunikasi yang disepakati banyak pakar yaitu:

1. Komunikasi Antarpribadi
2. Komunikasi Kelompok
3. Komunikasi Organisasi
4. Komunikasi Massa

1. 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

komunikasai tidak dibahas secara rinci dan tuntas. Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri.

2. 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 sahabat dekat, dan guru murid dsb. Ciri-ciri komunikasi Diadik adalah: pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak-jarak yang dekat; pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik verbal maupun nonverbal. Keberhasilan komunikasi menjadi tanggung jawab para peserta komunikasi.

3. Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama (adanya saling ketergantungan), mengenal satu sama lainnya dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut, meskipun setiap anggota mungkin mempunyai peran yang berbeda-beda. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah rapat untuk mengambil suatu keputusan. Umpan balik dari seorang peserta dalam komunikasi kelompok masih bisa diidentifikasi dan ditanggapi langsung oleh peserta lainnya

4. Komunikasi Publik

Komunikasi publik (public communication) adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu per satu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah. Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antar pribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian dan kemampuan menghadapai sejumlah besar orang.

Ciri-ciri komunikasi publik adalah: terjadi ditempat umum (publik), misalnya di kelas, di aula atau tempat lainnya yang dihadiri sejumlah besar orang; merupakan peristiwa social yang biasanya telah direncanakan; terdapat agenda; beberapa orang ditunjuk.

Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur atau membujuk.

5. 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 formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas dan komunikasi horizontal. Sedangkan komunikasi informal tidak tergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat dan gosip.

6. Komunikasi Massa

Komunikasi massa (mass communication) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak, elektronik, berbiaya relative mahal yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik dan komunikasi organisasi berlangsung juga dalam proses untuk mempersiapkan pesan yang disampaikan media massa ini.

7. Konteks-Konteks Komunikasi Lainnya

Konteks-konteks komunikasi dapat dirancang berdasarkan kriteria tertentu, misalnya berdasarkan derajat keterlibatan teknologi dalam komunikasi. Marry B. Cassata dan Molefi K. Asante. Membandingkan tiga cara atau mode komunikasi antar komunikasi pribadi.

BAB 3

Prinsip-Prinsip Komunikasi

A. Pendahuluan

Era globalisasi saat ini, komunikasi merupakan hal penting yang tidak bisa lepas dari seluruh bidang kehidupan. Pada hakekatnya manusia adalah makhluk sosial yang selalu bergantung pada manusia lain. Manusia di dalam kehidupannya harus berkomunikasi, artinya memerlukan orang lain dan membutuhkan kelompok atau masyarakat untuk saling berinteraksi. Hal ini merupakan suatu hakekat bahwa sebagian besar pribadi manusia terbentuk dari hasil integrasi sosial dengan sesama dalam organisasi dan masyarakat.

Keberhasilan komunikasi di dalam suatu organisasi akan ditentukan oleh kesamaan pemahaman antara-orang yang terlibat dalam kegiatan komunikasi. Kesamaan pemahaman ini dipengaruhi oleh kejelasan pesan, cara penyampaian pesan, perilaku komunikasi, dan situasi komunikasi. Komunikasi organisasi biasanya menggunakan kombinasi cara berkomunikasi baik lisan maupun tulisan yang memungkinkan terjadinya penyerapan informasi dengan lebih mudah dan jelas.

B. Prinsip-Prinsip Komunikasi

Komunikasi adalah proses pengiriman pesan yang berasal dari sumber kepada penerima lewat saluran, dengan pengaruh yang diharapkan. Prinsip komunikasi yaitu arti dasar atau asas pikiran untuk membahas komunikasi. Adapun 12 prinsip-prinsip komunikasi itu antara lain:

PRINSIP 1 Komunikasi adalah Proses Simbolik

Komunikasi adalah sesuatu yang sifatnya tidak statis, melainkan bersifat dinamis dan terus berkelanjutan. Salah satu kebutuhan pokok manusia, seperti dikatakan Susanne K. Langer, adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang. Manusia memang

satu-satunya hewan yang menggunakan lambang, dan itulah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya. Ernst Cassirer mengatakan bahwa keunggulan manusia atas makhluk lainnya adalah keistimewaan mereka sebagai *animal symbolicum*.

Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan herbal), perilaku non herbal, dan obyek yang maknanya disepakati bersama, misalna memasang bendera di halaman rumah untuk menyatakan penghormatan atau kecintaan kepada negara.

Berbeda dengan lambang dan ikon, indeks adalah tanda yang secara alamiah mempresentasikan obyek lainnya. Istilah lain yang sering digunakan untuk indeks adalah sinyal (*signal*), yang dalam bahasa sehari-hari disebut juga gejala (*symptom*). Indeks muncul berdasarkan hubungan antara sebab dan akibat yang punya kedekatan eksistensi. Misalnya awan gelap adalah indeks hujan yang akan turun, sedangkan asap merupakan indeks api. Namun bila asap itu disepakati sebagai tanda bagi masyarakat untuk berkumpul.

PRINSIP 2 Setiap Perilaku Mempunyai Potensi

Komunikasi

Komunikasi terjadi bila seseorang memberi makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri, sehingga setiap perilaku mengandung pesan. Kita tidak dapat tidak berkomunikasi. Tidak berarti bahwa semua perilaku adalah komunikasi. Komunikasi terjadi bila seseorang memberi makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri.

Jika seseorang diminta untuk tidak berkomunikasi, akan amat sulit baginya untuk berbuat demikian, karena setiap perilakunya memiliki potensi untuk ditafsirkan. Kalau ia tersenyum, ia ditafsirkan bahagia; kalau ia cemberut, ia ditafsirkan ngambek. Bahkan ketika kita berdiam diri sekalipun, ketika kita mengundurkan diri dari komunikasi dan lalu menyendiri, sebenarnya kita mengkomunikasikan banyak pesan. Orang lain mungkin akan menafsirkan diam kita sebagai malu, segan, ragu-ragu, tidak setuju, tidak peduli, marah, atau bahkan malas atau bodoh.

Bisa jadi, diam kita ditafsirkan orang sebagai tanda setuju atau situasi yang melibatkan kita. Jika kita melihat seseorang yang berdiri di pantai sedang memandang laut lepas dengan melipat kedua tangan di dada, kita mungkin mempunyai penafsiran khusus kepada orang tersebut, misalnia bahwa ia orang yang sedang frustrasi, kesepian,

romantis, ingin sendirian dan tidak mau diganggu, mencari ilham untuk menulis puisi, dan sebagainya.

PRINSIP 3 Komunikasi Mempunyai Dimensi Isi dan Dimensi Hubungan

Dimensi isi disandi secara verbal, sedangkan dimensi hubungan disandi secara nonverbal. Dimensi isi menunjukkan muatan (isi) komunikasi, yaitu apa yang dikatakan. Sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu dan bagaimana seharusnya pesan itu ditafsirkan. Sebagai contoh, apa yang kita pikirkan ketika seorang pemuda menyapa seorang pemudi dengan pertanyaan, "Pergi ke Jakarta, Dik?", ketika keduanya duduk berdekatan dalam kereta api Parahyangan dari Bandung menuju Jakarta. Tentu saja, pria itu bukannya tidak tahu bahwa kereta api itu menuju Jakarta, melainkan bahwa ia ingin berkenalan dengan gadis yang disapanya atau ingin menunjukkan bahwa ia seorang pemuda yang ramah. Seorang suami yang menjawab "Bagus" ketika dimintai pendapat oleh istrinya mengenai baju yang baru saja dibeli dan dikenakan istrinya itu, mungkin sekali tidak mengatakan hal yang sebenarnya, bila sang suami menjawab seraya tetap menonton televisi atau membaca surat kabar. Kata yang menyenangkan disertai kualitas suara yang tidak menyenangkan itu disebut sarkasme, sedangkan kata-kata tidak menyenangkan dengan nada menyenangkan disebut lelucon.

Dalam komunikasi massa, dimensi isi merujuk pada isi pesan, sedangkan dimensi hubungan merujuk kepada unsur-unsur lain, termasuk juga jenis saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut. Pengaruh suatu berita atau artikel dalam surat kabar, misalnya, bukan hanya tergantung pada isisnya, namun juga pada siapa penulisnya, tata letak (lay out)-nya, jenis huruf yang digunakan, warna tulisan, dan sebagainya. Pesan yang sama dapat menimbulkan pengaruh yang berbeda jika disampaikan oleh orang yang berbeda. Biasanya artikel yang ditulis orang yang sudah dikenal akan dianggap lebih berbobot bila dibandingkan dengan tulisan orang yang belum dikenal. Bisa dimengerti bila redaktur surat kabar atau majalah akan lebih memprioritaskan tulisan orang-orang yang sudah dikenal sebelumnya. Selain itu, pernyataan seorang tokoh akan dianggap penting, karena itu diliput media massa, meskipun pernyataannya bukan hal baru.

Pengaruh pesan juga akan berbeda bila disajikan dengan media

yang berbeda. Cerita yang penuh dengan kekerasan dan sensualitas yang disajikan televisi bisa menimbulkan pengaruh yang jauh lebih hebat, misalnya dalam bentuk peniruan anak-anak atau remaja. Bahkan ambilan (shot), sudut pengambilan (angle) dan gerakan (motion) kamera televisi ternyata juga menimbulkan pengaruh yang berbeda pada khalayak pemirsa. Misalnya, close up mengesankan keintiman dan menangkap kesan emosional tokoh yang ditayangkan; medium shot menunjukkan hubungan perorangan, kesan objektif, tidak memihak; long shot berarti konteks, lingkup dan jarak, juga untuk mengurangi keterlibatan emosional para pemirsa; full shot berarti hubungan sosial; pan down (kamera diarahkan ke bawah) mengesankan pihak yang disorot lebih rendah dalam status; pan up (kamera diarahkan ke atas) mengesankan pihak yang disorot lebih berkuasa atau lebih tinggi dalam status; dan zoom in (kamera masuk ke dalam) berarti observasi atau fokus; gerakan kamera yang lambat menimbulkan kesan lembut, sedangkan gerakan kamera yang cepat menimbulkan kesan yang dramatis.

PRINSIP 4 Komunikasi Berlangsung dalam Berbagai Tingkat Kesengajaan

Komunikasi dilakukan dalam berbagai tingkat kesengajaan, dari komunikasi yang tidak disengaja sama sekali (misalnya ketika kita sedang melamun sementara orang memerhatikan kita) hingga komunikasi yang benar-benar direncanakan atau disadari (ketika kita menyampaikan pidato). Kesengajaan bukanlah syarat untuk terjadinya komunikasi. Meskipun kita sama sekali tidak bermaksud menyampaikan pesan kepada orang lain, perilaku kita potensial ditafsirkan orang lain. Membatasi komunikasi sebagai proses yang disengaja adalah menganggap komunikasi sebagai instrumen.

Dalam berkomunikasi, biasanya kesadaran kita lebih tinggi dalam situasi khusus daripada dalam situasi rutin, misalnya ketika kita sedang diuji secara lisan oleh dosen kita, dibandingkan ketika kita bersenda gurau dengan teman atau keluarga. Akan tetapi, konsep “kesengajaan” ini sebenarnya pelik juga. Misalnya, apakah ketika seorang dosen memberikan kuliah “Pengantar Ilmu Komunikasi” ia betul-betul menyengajanya, sehingga dari menit ke menit ia tahu persis kata-kata yang akan diucapkannya, intonasinya, ekspresi wajah, postur tubuh, dan gerak-gerik anggota tubuh yang akan ditampilkannya.

Dalam komunikasi sehari-hari, terkadang kita mengucapkan pesan verbal yang tidak kita sengaja. Namun lebih banyak lagi

pesan nonverbal yang kita tunjukkan tanpa kita sengaja. Misalnya, seorang mahasiswa bisa tanpa sengaja bertolak pinggang dengan sebelah lengannya ketika presentasi di hadapan suatu tim dosen, sebagai kompensasi dari kegugupannya, yang boleh jadi dipersepsi oleh tim dosen itu sebagai wujud kegugupan atau kekurangsofian, atau bahkan keangkuhan. Perilaku nonverbal lainnya, seperti postur tubuh yang tegap, cara berjalan yang mantap ketika menuju podium untuk berpidato, jabatan tangan yang kuat, gerakan tangan yang bebas saat berbicara, kontak mata, dan cara berpakaian yang rapih, bisa jadi tanpa sengaja mengkomunikasikan suatu pesan, misalnya rasa percaya diri.

Tidak semua perilaku otomatis menyampaikan pesan. Akan tetapi, setiap perilaku mungkin menyampikan pesan. Komunikasi telah terjadi bila penafsiran telah berlangsung, terlepas dari apakah kita menyengaja perilaku tersebut atau tidak. Kadang-kadang komunikasi yang disengaja dibuat tampak tidak disengaja. Jadi, niat atau kesengajaan bukanlah syarat mutlak bagi seseorang untuk berkomunikasi. Dalam komunikasi antara orang-orang berbeda budaya sering mengalami kesalahpahaman antar budaya yang disebabkan oleh perilaku seseorang yang tidak disengaja, yang dipersepsi, ditafsirkan dan direspon oleh orang dari budaya lain.

PRINSIP 5 Komunikasi Terjadi dalam Konteks Ruang dan Waktu

Makna pesan juga bergantung pada konteks fisik dan ruang, waktu, sosial, dan psikologis. Topik-topik yang lazim dipercekapkan di rumah, tempat kerja, atau tempat hiburan seperti "lelucon," acara televisi, mobil, bisnis, atau "perdagangan" terasa kurang sopan bila dikemukakan di masjid atau tempat beribadah lainnya. Seorang tamu yang diterima penghuni di halaman rumah menunjukkan tingkat penerimaan yang berbeda bila dibandingkan dengan penerimaan di teras, ruang tamu, ruang tengah, dan di kamar pribadi.

Waktu juga mempengaruhi makna terhadap suatu pesan. Dering telepon pada tengah malam atau dini hari akan dipersepsikan lain bila dibandingkan dengan dering telepon pada siang hari. Dering telepon pada tengah malam itu mungkin berita sangat penting, misalnya untuk mengabarkan orang yang sakit keras, kecelakaan atau meninggal dunia, atau upaya orang jahat untuk mengetes apakah di rumah ada orang atau tidak.

Kehadiran orang lain, sebagai konteks sosial juga mempengaruhi orang-orang yang berkomunikasi. Misalnya, dua orang yang diam-

diam berkonflik akan merasa canggung bila tidak ada orang sama sekali diantara mereka. Namun hubungan mereka akan sedikit mencair bila ada satu atau beberapa orang diantara mereka. Pengaruh konteks waktu dan konteks sosial terlihat pada suatu keluarga yang tidak pernah tersenyum atau menyapa siapa pun pada hari-hari biasa, tetapi mendadak menjadi ramah pada hari lebaran. Suasana psikologis peserta komunikasi juga mempengaruhi suasana komunikasi. Komentar seorang istri mengenai kenaikan harga kebutuhan rumah tangga dan kurangnya uang belanja pemberian suaminya yang mungkin akan ditanggapi dengan kepala dingin oleh suaminya dalam keadaan biasa atau keadaan santai, bisa jadi akan membuat sang suami marah bila istri menyampaikan komentar tersebut saat suami baru pulang kerja dan baru dimarahi oleh atasannya hari itu.

PRINSIP 6 Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Komunikasi

Ketika orang-orang berkomunikasi, mereka meramalkan efek perilaku komunikasi mereka. Dengan kata lain, komunikasi juga terikat oleh aturan dan tatakrama. Artinya, orang-orang memilih strategi tertentu berdasarkan bagaimana orang yang menerima pesan akan merespon. Kita dapat memprediksi perilaku komunikasi orang lain berdasarkan peran sosialnya. Misalnya, kita tidak dapat menyapa orang tua kita atau dosen kita dengan "Kamu" atau "Elu" kecuali bila kita bersedia menerima resikonya dengan dianggap sebagai orang yang kurang ajar.

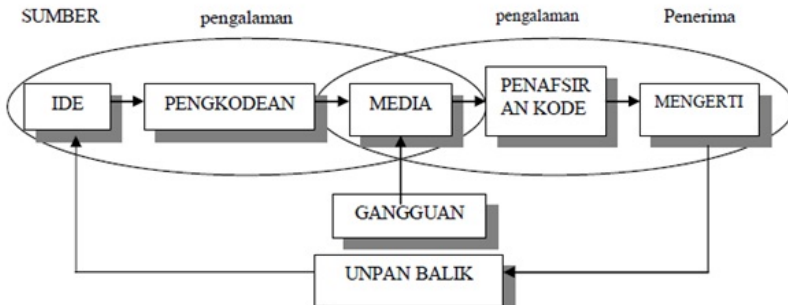
Prinsip ini mengamsumsikan bahwa hingga derajat tertentu ada keteraturan pada perilaku komunikasi manusia. Dengan kata lain, perilaku manusia dapat diramalkan. Kalau semua perilaku manusia itu bersifat acak, selalu tanpa diduga, hidup akan sulit. Setiap bangun tidur kita akan merasa cemas dan takut, karena kita tidak dapat menduga apa yang akan dilakukan orang terhadap kita. Karena tidak mungkin orang tua, suami, atau istri kita tiba-tiba memarahi kita begitu kita tiba di rumah sore hari, padahal pagi hari sebelum kita berangkat kuliah atau bekerja kita pamit kepada mereka dengan hangat.

PRINSIP 7 Komunikasi Bersifat Sistematis

Komunikasi terdiri dari beberapa komponen dan masing-masing komponen tersebut mempunyai tugasnya masing-masing. Tugas dari masing-masing komponen itu berhubungan satu sama lain untuk

menghasilkan suatu komunikasi. Misalnya pengirim mempunyai peranan untuk menentukan apa informasi atau apa arti yang akan dikomunikasikan. Setelah tahu apa arti atau informasi yang akan dikirimkan, informasi tersebut perlu diubah kedalam kode atau sandi-sandi tertentu sesuai dengan aturannya sehingga berupa suatu pesan. Jadi komponen pesan ada kaitannya dengan komponen pengirim. Bila pengirim tidak benar menyandikan ari yang akan dikirim maka terjadilah pesan itu kurang tepat.

Kurang tepatnya pesan yang dikirimkan akan mempengaruhi komponen peneruma dalam mengintepretasikan isi pesan sehingga si penerima mungkin juga akan salah dalam mengintepretasikannya. Kaitan komponen pesan dengan saluran misalnya bila pesan disampaikan dengan lisan maka gelombang suara adalah sebagai saluran dan ini juga akan berkaitan dengan si penerima dalam mengikuti pesan yang harus menggunakan pendengarannya dalam menerima pesan tersebut. Begitulah, antara satu komponen dengan komponen yang saling berkaitan dan bila terdapat gangguan pada satu komponen akan berpengaruh pada proses komunikasi secara keseluruhan.



Gambar 3.1 Proses Komunikasi

Setiap individu adalah suatu sistem yang hidup (a living system). Komunikasi juga menyangkut suatu sistem dari unsur-unsurnya. Setidaknya dua sistem dasar beroperasi dalam transaksi komunikasi itu adalah sistem internal dan eksternal. Sistem internal itu adalah seluruh sistem nilai yang dibawa oleh seorang individu ketika ia berpartisipasi dalam komunikasi, yang ia terapkan selama sosialisasinya dalam berbagai lingkungan sosialnya. Istilah lain yang identik dengan sistem internal ini adalah kerangka rujukan (frame of reference), bidang pengalaman (field of experience), struktur kognitif (cognitive structure), pola pikir (thinking patterns),

keadaan internal (internal states), atau sikap (attitude). Dengan demikian, sistem internal ini mengandung semua unsur yang membentuk individu yang unik, termasuk ciri-ciri kepribadiannya, intelegensi, pendidikan, pengetahuan, agama, bahasa, motif keinginan, cita-cita, dan semua pengalaman masa lalunya, yang pada dasarnya tersembunyi. Kita hanya dapat menduganya lewat kata yang ia ucapkan dan atau perilaku yang ia tunjukkan. Setiap individu adalah sistem internal. Contoh: etika berbicara dengan keluarga, teman dan rekan kerja sangat berbeda, harus disesuaikan dengan siapa dia berkomunikasi.

Berbeda dengan sistem internal, sistem eksternal terdiri dari unsur-unsur dalam lingkungan di luar individu, termasuk kata-kata yang ia pilih untuk berbicara, isyarat fisik peserta komunikasi, kegaduhan disekitarnya, penataan ruangan, cahaya, dan temperatur ruangan. Elemen-elemen ini adalah stimuli publik yang terbuka bagi setiap peserta komunikasi dalam setiap transaksi komunikasi. Contoh: komunikasi terjadi karena unsur-unsur dari luar individu yang memicu untuk berkomunikasi seperti, orang yang teriak dari depan rumah karena memanggil seseorang mungkin karena suatu permasalahan, akhirnya terjadi komunikasi meskipun secara berdebat.

Akan tetapi, karena masing-masing orang mempunyai sistem internal yang berbeda, maka setiap orang tidak akan memiliki bidang perseptual yang sama, meskipun mereka duduk di kursi yang sama dan menghadapi situasi yang sama. Misalnya, bagi orang yang baru patah hati, nyanyian sentimental yang ia dengarkan di ruangan itu sangat mengharu-birunya dan membuatnya menitikkan airmata, sementara bagi orang di sampingnya lagu itu bahkan menyebalkannya karena bersifat cengeng. Maka dapat dikatakan bahwa komunikasi adalah produk dari perpaduan antara sistem internal dan sistem eksternal tersebut. lingkungan dan objek mempengaruhi komunikasi kita, namun persepsi kita atas lingkungan kita juga mempengaruhi cara kita berperilaku.

Lingkungan di mana para peserta komunikasi itu berada merupakan bagian dari suatu sistem lain yang lebih besar. Misalnya, rumah kita, sekolah kita, dan tempat kerja kita merupakan bagian-bagian dari suatu lingkungan berupa masyarakat kota, yang kesemuanya saling mempengaruhi. Kekecewaan yang kita peroleh di sekolah karena gagal ujian, atau di tempat kerja karena tidak memperoleh bonus besar yang dijanjikan perusahaan, tidak bisa kita hilangkan

begitu saja ketika berada di rumah kita.

Contoh Peristiwa:

Komunikasi memiliki sistem internal dan eksternal di dalamnya. Contohnya Joko kurang menyukai kebiasaan buruk temannya, Anita yang suka menjelek-jelekkkan teman-temannya di belakang. Secara internal, Joko terus berpikir, bagaimana caranya menasehati Anita tentang kebiasaan buruknya itu tanpa menyakiti perasaannya atau membuatnya marah. Akhirnya secara eksternal pesan itu Joko sampaikan lewat perkataan, Anita, saya sebagai teman yang peduli kepadamu mau menasehatimu, menurutku sebaiknya kamu berusaha menghilangkan kebiasaan buruk itu, sebab menjelek-jelekkkan orang di belakang mereka itu bukanlah hal yang baik.”

PRINSIP 8 Semakin Mirip Latar Belakang Sosial-Budaya Semakin Efektiflah Komunikasi

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang sedang berkomunikasi). Misalnya, penjual yang datang kerumah untuk mempromosikan barang dianggap telah melakukan komunikasi efektif bila akhirnya tuan rumah membeli barang yang ia tawarkan, sesuai yang diharapkan penjual itu, dan tuan rumah pun merasa puas dengan barang yang dibelinya.

Dalam kenyataannya, tidak pernah ada dua manusia yang persis sama, meskipun mereka kembar yang dilahirkan dan diasuh dalam keluarga yang sama, diberi makan yang sama dan dididik dengan cara yang sama. Bahkan anak yang kembar identik dan dibesarkan di tempat yang sama-pun tidak akan mempunyai state of mind yang sama persis. Namun kesamaan dalam hal-hal tertentu seperti umur, suku, bahasa, tingkat pendidikan akan mendorong suatu proses komunikasi berlangsung lebih efektif.

Seorang lulusan Universitas bisa saja menikah dengan seseorang lulusan SD, dan seorang kulit putih dengan seorang kulit hitam, namun pasangan-pasangan tersebut harus berupaya lebih keras untuk menyesuaikan diri satu sama lain agar komunikasi mereka berlangsung efektif. Tanpa kesediaan untuk Saling memahami dan menerima perbedaan tersebut, pernikahan mereka akan kandas di tengah jalan.

Makna suatu pesan, baik verbal ataupun nonverbal, pada dasarnya terikat-budaya. Makna penuh suatu humor dalam bahasa daerah hanya akan dapat ditangkap oleh penutur asli bahasa yang

bersangkutan. Penutur asli akan tertawa terbahak-bahak mendengar humor tersebut, sementara orang lain mungkin akan bengong meskipun mereka secara harfiah memahami kata-kata dalam humor tersebut.

Berkomunikasi dengan orang yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda membuat sebuah komunikasi menjadi kurang efektif. Sesuai dengan salah satu prinsip komunikasi, bahwa semakin mirip latar belakang sosial budaya semakin efektiflah komunikasi. Prinsip tersebut tentu semakin menjelaskan bahwa perbedaan budaya dalam masyarakat membuat komunikasi menjadi kurang efektif. Sebagai individu komunikasi merupakan hal penting agar dapat menunjukkan eksistensinya dan untuk itu individu-individu cenderung memiliki rasa kebersamaan dengan orang-orang yang memiliki latar belakang budaya yang sama atau mirip. Perbedaan budaya antar individu menyebabkan sebuah hubungan menjadi kurang efektif karena melalui cara pandang individu yang berbeda itu dapat menumbuhkan berbagai persepsi positif maupun sebaliknya.

Cara pandang berbeda itu muncul dari berbagai perbedaan kondisi sosial seseorang dan budaya di sekitar mereka. Hal ini tentu mempengaruhi proses komunikasi yang terjadi diantara dua individu atau lebih yang memiliki budaya yang berbeda.

Namun kesamaan dalam hal-hal tertentu, misalnya agama, ras (suku), bahasa, tingkat pendidikan, atau tingkat ekonomi akan mendorong orang-orang untuk saling tertarik dan pada gilirannya karena kesamaan tersebut komunikasi mereka menjadi lebih efektif. Kesamaan bahasa khususnya akan membuat orang-orang yang berkomunikasi lebih mudah mencapai pengertian bersama dibandingkan dengan orang-orang yang tidak memahami bahasa yang sama.

Contoh Peristiwa:

Karena Bunga yang berasal dari Indonesia berteman dengan Ashraf yang berasal dari Malaysia, maka komunikasi di antara mereka berdua dapat berjalan dengan efektif, sebab kehidupan sosial-budaya di Indonesia dan Malaysia tidak jauh berbeda. Namun saat Ashraf yang dari Malaysia berkenalan dengan Miho yang dari Jepang, komunikasi di antara mereka berdua tidak berjalan dengan sangat efektif, sebab kehidupan sosial-budaya antara Jepang dan Malaysia sangatlah berbeda.

PRINSIP 9 Komunikasi Bersifat Nonsekuensial

Meskipun terdapat banyak modal komunikasi linier atau satu arah, sebenarnya komunikasi manusia dalam bentuk dasarnya bersifat dua arah. Beberapa pakar komunikasi mengakui sifat sirkuler atau dua arah komunikasi ini. Misalnya Frank Dance, Kincaid, dan Schramm yang mereka sebut model komunikasi antarrmanusia yang membusat, dan Tubbs. Komunikasi sirkuler ditandai dengan beberapa hal berikut:

- a. Orang-orang yang berkomunikasi dianggap setara, misalnya komunikator A dan komunikator B bukan pengirim (sender) dan penerima (receiver), sumber (source) dan sasaran (destination).
- b. Proses komunikasi berjalan timbal balik atau (dua arah), karena itu modelnya pun tidak lagi ditandai dengan garis lurus bersifat linier atau satu arah.
- c. Dalam praktiknya, ita tidak lagi membedakan pesan dengan timbal balik, karena pesan komunikator A sekaligus umpan balik bagi komunikator B dan sebaliknya umpan balik B sekaligus merupakan pesan B, begitu seterusnya.
- d. Komunikasi yang terjadi sebenarnya jauh lebih rumit, misalnya komunikasi antara dua orang juga sebenarnya secara simultan melibatkan komunikasi dengan diri sendiri (berpikir) sebagai mekanisme untuk menanggapi pihak lainnya

Ketika seseorang berbicara kepada orang lainnya, atau kepada sekelompok orang (misalnya waktu kuliah atau rapat), sebenarnya komunikasi berlangsung dua arah. Orang-orang yang kita anggap sebagai pendengar sebenarnya juga menjadi “pembicara” atau pemberi pesan pada saat yang sama, yaitu melalui perilaku non-verbal mereka, misalnya lewat anggukan kepala tanda setuju/mengerti, kening berkerut tanda mereka bingung, dan sebagainya.

Komunikasi itu sirkuler bukan linier. Dalam proses komunikasi orang-orang mengirim dan menerima komunikasi secara serempak. Proses komunikasi pada saat pengirim menyandikan pesan (encoding) akan dikirim melalui saluran kepada penerima, bahkan sebelum distimulasikan untuk menyandikan pesan. Belum lagi bagi penerima pesan selain mendengarkan pesan ia juga memperhatikan tekanan pesannya, memperhatikan gerak-gerik si pembawa pesan, dan dalam benaknya juga timbul memaknakan pesan tadi (decoding). Karena aspek-aspeknya serempak tadi maka pesan komunikasi oleh Frank E.X. Dance dapat dianggap sebagai sebuah lingkaran (spiral helical). Komunikasi mempunyai efek. Komunikasi selalu

menimbulkan beberapa jenis efek. Seperti orang berteriak dapat mempengaruhi pada orang berteriak itu sendiri. Oleh karena itu komunikasi melahirkan konsekuensi.

Didalam prinsip komunikasi nonsekuensial ini menurut De Vito bahwa komunikasi tidak dapat dielakkan sehingga kita tidak dapat tidak berkomunikasi dan tidak dapat tidak memberikan tanggapan. Misalnya dalam suatu kelas atau suatu rapat ada suatu intruksi untuk “tidak menunjukkan reaksi” tapi itu merupakan suatu intruksi yang mustahil untuk dilakukan. Dalam hal ini mungkin ada orang yang menganggukkan kepala atau tetap diam tetapi orang lain mungkin mengartikan lain terhadap perilaku tersebut.

Prinsip sebagian besar komunikasi adalah non-verbal. Termasuk di dalam prinsip nonsekuensial ini komunikasi verbal tetapi komunikasi menanggapi pesan itu selain pesan yang diucapkan tetapi juga menangkap sebagian besar dari penekanan dan pembawaan pesan tersebut oleh komunikasi. Sebagian besar kesan dibuat untuk menanggapi isyarat non-verbal. Komunikasi non-verbal adalah komunikasi yang tidak disampaikan melalui kata-kata, berisi penekanan, pelengkap, bantahan, keteraturan, pengulangan, atau pengganti pesan verbal.

Sebenarnya komunikasi manusia dalam bentuk dasarnya bersifat dua arah atau disebut juga bersifat sirkuler. Komunikasi sirkuler, ditandai beberapa hal berikut:

- a. Orang-orang yang berkomunikasi dianggap setara, yang mengirim dan menerima pesan pada saat yang sama.
- b. Proses komunikasi berlangsung timbal balik (dua arah)
- c. Dalam prakteknya, tidak dapat dibedakan antara pesan dan umpan balik.
- d. Komunikasi yang terjadi sebenarnya jauh lebih rumit. Misalnya komunikasi antara dua orang sebenarnya secara simultan melibatkan komunikasi dengan diri sendiri (berpikir) untuk menanggapi pihak lain.

Contoh peristiwa dari komunikasi yang bersifat nonsekuensial:

Dalam hal ini, komunikator dapat menjadi komunikasi, dan sebaliknya, komunikasi dapat berubah menjadi komunikator. Contohnya saat Reuben sedang belajar bersama Andrew, awalnya Reuben-lah yang mengajari Andrew. Disini Reuben berperan sebagai komunikator yang menyampaikan pesan pada Andrew. Namun saat mencapai topik yang dimengerti Andrew dan tidak

terlalu dikuasai Reuben, maka posisi keduanya bisa berbalik, Andrew yang berperan sebagai komunikator yang mengajari Reuben.

PRINSIP 10 Komunikasi Bersifat Prosesual, Dinamis, dan Transaksional

Seperti juga waktu dan eksistensi. Komunikasi tidak mempunyai awal dan tidak mempunyai akhir, melainkan merupakan proses yang sinambung (*continuous*). Bahkan kejadian yang sangat sederhana pun, seperti “Tolong ambilkan garam” melibatkan rangkaian kejadian yang rumit bila pendengar memenuhi permintaan tersebut. Untuk lebih memudahkan pengertian, kita dapat mengatakan bahwa peristiwa itu dimulai ketika orang A meminta garam dan berakhir ketika orang B memberikan garam. Namun kita tidak dapat mengukur peristiwa itu hanya berdasarkan apa yang terjadi antara permintaan akan garam dan pemberian garam itu. Baik A atau B telah merujuk pada pengalaman masa lalu mereka untuk merumuskan dan menafsirkan pesan serta menanggapiinya secara layak.

Pernyataan bahwa komunikasi telah terjadi sebenarnya bersifat *artificial* dalam arti bahwa kita mencoba menangkap suatu gambaran diam (*statis*) dari proses tersebut dengan maksud untuk menganalisis kerumitan peristiwa tersebut, dengan menonjolkan komponen-komponen atau aspek-aspeknya yang penting. Semua model komunikasi sebenarnya merupakan pemotretan atas gambaran diam dari proses tersebut.

Implikasi dari komunikasi sebagai proses yang dinamis dan transaksional adalah bahwa para peserta komunikasi berubah (dari sekedar berubah pengetahuan hingga berubah pandangan dunia dan perilakunya). Ada orang yang perubahannya sedikit demi sedikit dari waktu ke waktu, tetapi perubahannya akhirnya (secara kumulatif) cukup besar. Namun ada juga orang yang berubah secara tiba-tiba, melalui cuci otak atau konversi agama, misalnya dari seorang nasionalis menjadi komunis, atau dari seorang Hindu menjadi seorang Kristen atau Muslim.

Implisit dalam proses komunikasi sebagai transaksi ini adalah proses penyandian dan penyandian balik. Kedua proses situ, meskipun secara teoritis dapat dipisahkan, sebenarnya terjadi serempak, bukan bergantian. Keserempakan inilah yang menandai komunikasi sebagai transaksi. Jadi, kita tidak menyandi pesan, lalu menunggu untuk menyandi balik respons orang lain. Kita

melakukan kedua kegiatan itu pada saat yang (hampir) bersamaan ketika kita berkomunikasi.

Contoh Peristiwa:

Suatu komunikasi dapat merubah pandangan komunikan. Contoh pada awalnya Robert sangat tidak menyukai bisnis MLM, ia bahkan pernah berjanji tidak akan bergelut di dalamnya. Namun setelah Jack yang mengikuti bisnis Tianshi mengadakan prospek pada Robert selama dua jam, pandangan Robert terhadap MLM bisa berubah drastis, bahkan Robert bisa menjadi anggota bisnis MLM Tianshi dan menjadi anggota yang sangat aktif.

PRINSIP 11 Komunikasi Bersifat Irreversible

Sekali anda mengirimkan suatu pesan, anda tidak dapat mengendalikan pengaruh pesan tersebut bagi khalayak apalagi menghilangkan efek pesan tersebut sama sekali. Sifat irreversible ini adalah implikasi dari komunikasi sebagai suatu proses yang selalu berubah. Prosesnya hanya bisa berjalan dalam satu arah, tidak bisa dibalik. Anda, misalnya, dapat mengubah buah anggur menjadi minuman anggur (sari anggur), tetapi anda tidak bisa mengembalikan sari anggur menjadi buah anggur. Komunikasi termasuk proses seperti ini, proses tak reversibel. Sekali anda mengkomunikasikan sesuatu, anda tidak bisa tidak mengkomunikasikannya. Tentu saja, anda dapat berusaha mengurangi dampak dari pesan yang sudah terlanjur anda sampaikan; anda dapat saja, misalnya, mengatakan, “Saya sangat marah waktu itu; saya tidak benar-benar bermaksud mengatakan seperti itu.” Tetapi apa pun yang anda lakukan untuk mengurangi atau meniadakan dampak dari pesan anda, pesan itu sendiri, sekali telah dikirimkan dan diterima, tidak bisa dibalikkan. (Ada pepatah Indonesia yang mengatakan, nasi telah menjadi bubur.)

Prinsip ini mempunyai beberapa implikasi penting komunikasi dalam segala macam bentuknya. Sebagai contoh, dalam interaksi antarpribadi, khususnya dalam situasi konflik, kita perlu hati-hati untuk tidak mengucapkan sesuatu yang mungkin nantinya ingin kita tarik kembali. Pesan yang mengandung komitmen—pesan “aku cinta kepadamu” dengan segala macam variasinya—juga perlu diperhatikan, jika tidak, kita mungkin terpaksa mengikatkan diri kita pada suatu posisi yang mungkin nantinya kita sesali. Dalam situasi komunikasi publik atau komunikasi masa, di mana pesan-pesan didengar oleh ratusan, ribuan, bahkan jutaan orang, sangatlah penting kita menyadari bahwa komunikasi kita bersifat tak reversibel.

Prinsip ini seharusnya menyadarkan kita bahwa kita harus berhati-hati untuk menyampaikan suatu pesan kepada orang lain, sebab efeknya tidak bisa ditiadakan sama sekali. Meskipun kita berusaha meralatnya, apalagi bila penyampaian pesan itu dilakukan untuk pertama kalinya. Dalam komunikasi massa, sekali wartawan menyiarkan suatu berita yang tanpa disengaja mencemarkan nama baik seseorang.

Contoh Peristiwa:

Pesan yang telah disampaikan lewat komunikasi tidak akan dapat ditarik kembali, contohnya saat Once yang berprofesi sebagai penyanyi meluncurkan sebuah lagu, ia mengatakan kalau judul lagu tersebut masih belum pasti, namun karena pada bagian refrain lagu itu banyak terdapat kata-kata “Aku Mau”, akhirnya Once-pun mengizinkan masyarakat menyebut judul lagu itu “Aku Mau”. Namun setelah beberapa bulan berlalu, akhirnya Once mengatakan bahwa lagu tersebut berjudul, “Aku Cinta Kau Apa Adanya”, namun masyarakat tetap merasa bahwa lagu itu berjudul “Aku mau” sebab pesan itu sudah sangat melekat di pikiran masyarakat. Akhirnya Once tidak mempermasalahkan tentang judul sebenarnya dari lagu itu, sebab ia sudah pernah memberi ijin masyarakat untuk menyebut judul lagunya sebagai “Aku Mau”, dan ijin dari Once itu sudah tidak bisa ditarik kembali.

PRINSIP 12 Komunikasi Bukan Panasea untuk Menyelesaikan Berbagai Masalah

Banyak persoalan dan konflik antar manusia disebabkan oleh masalah komunikasi. Namun komunikasi bukanlah panasea (obat mujarab) untuk menyelesaikan persoalan atau konflik itu, karena persoalan atau konflik tersebut mungkin berkaitan dengan masalah struktural. Agar komunikasi efektif, kendala struktural ini harus juga diatasi. Misalnya, meskipun Pemerintah bersusah payah menjalin komunikasi yang efektif dengan warga Aceh dan Papua, tidak mungkin usaha itu akan berhasil bila Pemerintah memperlakukan masyarakat di wilayah-wilayah itu secara tidak adil, dengan merampas kekayaan alam mereka dan mengangkutnya ke pusat.

C. Prinsip Dasar Komunikasi yang Efektif

Komunikasi merupakan Ketrampilan Prioritas di urutan pertama jika Anda menginginkan Sukses dalam Karir dan Kehidupan. Sudah menjadi Data Penelitian bahwa dari 20 Kemampuan yang dibutuhkan, Komunikasi

sebagai Jawaranya. Perubahan untuk menjadi Lebih Baik terletak sejauh mana Anda mampu menggunakan Komunikasi sebaik mungkin. Anda mampu membaca situasi dan masuk dengan cara komunikasi yang apik. Namun masih banyak diantara Anda yang kurang mampu menggunakan Komunikasi Efektif dalam Karir dan Profesi. Ada beberapa hal yang perlu Anda pahami yakni Makna dan Tujuan Komunikasi dan Prinsip Komunikasi Efektif (Benar).

1. Makna dan Tujuan Komunikasi

Komunikasi adalah Pemberitahuan atau Pertukaran yang bersifat Bersama-sama. Komunikasi terdiri dari Pembawa Pesan, Isi Pesan, Media, Penerima Pesan dan Pengetian atau Pemahaman masing-masing Pihak. Tujuan akhir dari sebuah Komunikasi adalah Penerima Pesan dapat Mengerti dan Memahami Pesan yang disampaikan Pemberi Pesan. Anda mampu menjelaskan Keinginan kepada Lawan Bicara dengan Sederhana namun Tepat atau Akurat.

2. Prinsip-Prinsip Komunikasi Efektif

Prinsip ibarat ornament atau elemen penting yang harus digunakan dalam sebuah aktivitas. Prinsip Kerja adalah Proses Benar dan Hasil Tepat. Prinsip Berumah Tangga adalah Ibadah dan Sosial. Demikian pula Prinsip Komunikasi Efektif diantaranya adalah Respect, Empathy, Audible, Clarity, Humble atau disingkat REACH.

a. Respect (Respek)

Respect adalah Perasaan Positif atau penghormatan diri kepada lawan bicara. Anda menghargai Lawan Bicara sama halnya dengan menghargai diri sendiri. Semua orang ingin dihargai dan dihormati dan menjadi kebutuhan setiap individu. Dalam bukunya *How to Win Friends and Influence People*, Dale Carnegie juga menjelaskan bahwa rahasia terbesar dalam berurusan dengan manusia adalah penghargaan yang jujur dan tulus. Prinsip menghormati ini harus selalu Anda pegang dalam berkomunikasi. *There will be no respect without trust and there is no trust without integrity* – Samuel Johnson.

b. Empathy (Empati)

Empathy adalah kemampuan untuk menempatkan diri pada situasi atau kondisi yang tengah dihadapi orang lain. Anda mampu merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain. Komunikasi akan terjalin dengan baik sesuai kondisi psikologis lawan bicara. Ber-Empati Anda harus menempatkan diri sebagai pendengar yang

baik, bahkan sebelum orang lain mendengarkan kita. Stephen R Covey menjelaskan salah satu dari tujuh kebiasaan manusia efektif adalah mengerti terlebih dahulu sebelum dimengerti (Seek First to Understand).

c. Audible (Dapat Didengar)

Audible mengandung makna pesan Anda harus dapat didengarkan dan dimengerti. Untuk itu yang harus Anda lakukan yaitu:

- 1) Pertama, pesan harus mudah dipahami, menggunakan bahasa yang baik dan benar. Hindari bahasa yang tidak dipahami oleh lawan bicara.
- 2) Kedua, sampaikan yang penting. Sederhanakan Pesan Anda. Langsung saja pada inti persoalankarena sebagian besar orang tidak suka mendengar yang bertele-tele.
- 3) Ketiga, gunakan bahasa tubuh Anda. Mimik wajah, kontak mata, gerakan tangan dan posisi badan bisa dengan mudah terbaca oleh lawan bicara Anda. Tunjukkan kesejatian Anda dengan mengoptimalkan bahasa tubuh dan pesan.
- 4) Keempat, gunakan ilustrasi atau contoh. Analogi sangat membantu dalam penyampaian Pesan. Gunakan Ilustrasi dan Contoh Nyata.

d. Clarity (Jelas)

Clarity adalah kejelasan dari pesan yang kita sampaikan. Salah satu penyebab munculnya salah paham antara satu orang dengan yang lain adalah informasi yang tidak jelas yang mereka terima. Hindari orang berspekulasi atau menafsirkan sendiri atas apa yang mereka dengar. Langkah terbaik sebelum melakukan komunikasi adalah dengan menetapkan tujuan secara jelas dan perjelas intonasi suara Anda. Sadari bahwa Anda punya tujuan dalam berkomunikasi dan sampaikan pesan Anda dengan suara intonasi suara yang baik.

e. Humble (Rendah Hati)

Sikap Rendah Hati bukan berarti Anda Rendah Diri, Rendah Hati memberikan Kesempatan kepada orang lain untuk berbicara terlebih dahulu dan Anda menjadi Pendengar yang Baik. Sikap ini membangun Rasa Hormat dan pada akhirnya Mengembangkan Respek kepada Lawan Bicara Anda. Sikap Rendah Hati Anda memberikan pamor positif bahwa Anda merupakan tempat yang tepat dalam sebuah Komunikasi Dua Arah yang saling Menguntungkan.

3. Komunikasi Efektif

Sebuah penelitian mengungkapkan bahwa 70% dari waktu bangun kita, digunakan untuk berkomunikasi. Mulai dari bangun tidur, interaksi dengan anggota keluarga; beraktivitas diluar rumah juga melibatkan komunikasi. Di tempat kerja, kita berkomunikasi dengan rekan kerja, konsultasi dengan atasan, koordinasi dengan klien dan lain sebagainya. Disekolah, pelajar berkomunikasi dengan teman, mendengar guru menerangkan pelajaran, dan lain sebagainya. Dikampus, mahasiswa berdiskusi dalam perkuliahan juga menggunakan komunikasi sebagai sarannya. Demikianlah, apapun aktivitas kita seharian, tidak pernah terlepas dari kegiatan komunikasi. Di rumah sehabis beraktivitas, bercengkrama dengan keluarga juga melibatkan komunikasi.

Yang menjadi pertanyaan adalah apakah komunikasi yang kita lakukan tersebut berhasil? Dengan kata lain, apakah sudah efektif komunikasi yang kita lakukan? Seberapa efektifkah komunikasi yang telah dilakukan?

Secara sederhana, komunikasi efektif terjadi apabila orang berhasil menyampaikan apa yang dikasudkannya. Menurut Tubbs, (Yusrizal:2005) "secara umum, komunikasi dinilai efektif bila rangsangan yang disampaikan dan yang dimaksudkan oleh pengirim atau sumber, berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap dan dipahami oleh penerima".

Bagaimana cara kita mengukur keefektifan suatu komunikasi? Setidaknya ada lima hal yang dapat dijadikan sebagai ukuran bagi komunikasi yang efektif, yaitu:

a. Pemahaman

Pemahaman yang dimaksud adalah penerimaan yang cermat oleh komunikan (penerima pesan) terhadap kandungan rangsangan yang dimaksudkan oleh komunikator (pengirim pesan). Dalam hal ini, komunikasi dikatakan efektif jika penerima pesan memperoleh pemahaman yang cermat terhadap apa yang disampaikan oleh pengirim pesan.

b. Kesenangan

Komunikasi efektif terjadi jika diantara komunikator dan komunikan terdapat rasa saling senang. komunikator merasa senang menyampaikan informasi kepada komunikan, dan sebaliknya komunikan juga senang menerima informasi dari komunikator.

c. Mempengaruhi sikap

Tindakan mempengaruhi orang lain merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari. Dalam berkomunikasi, komunikator berusaha untuk mempengaruhi sikap komunikan, dan berusaha agar komunikan memahami ucapannya. Jika komunikator dapat merubah sikap dan tindakan komunikan, maka dapat dikatakan bahwa komunikasi efektif sudah terjadi.

d. Memperbaiki hubungan

Salah satu hal yang menjadi kegagalan utama dalam berkomunikasi adalah munculnya gangguan akibat dari hubungan yang tidak baik antara komunikator dengan komunikan. Hal ini terjadi karena adanya rasa frustrasi, kemarahan, atau kebingungan diantara keduanya. Oleh sebab itu, agar komunikasi efektif, maka perlu adanya tindakan memperbaiki hubungan antara komunikator dengan komunikan terlebih dahulu.

e. Tindakan

Mendorong komunikan untuk melakukan tindakan yang sesuai dengan keinginan komunikator merupakan suatu hal yang paling sulit dicapai dalam berkomunikasi. Namun, keefektifan komunikasi sangat bergantung kepada tindakan yang dilakukan oleh komunikan setelah berkomunikasi. Jika komunikan melakukan tindakan seperti yang dikatakan komunikat, maka dapat dikatakan komunikasi efektif telah terjadi.

Hal senada juga dikemukakan oleh Davis (1993). Davis mengemukakan bahwa komunikator (pengirim pesan) ingin agar komunikan (penerima pesan) menerima, memahami, menyambut baik, menggunakan pesan yang disampaikan dan memberikan balikan. Apabila komunikan melakukan kelima hal tersebut, maka komunikasi dapat dikatakan efektif. Kelima langkah tersebut dalam komunikasi seringkali disebut juga sebagai kaidah lima (the rule of five).

Dengan adanya tolok ukur dan kaidah lima tersebut, memnungkinkan untuk kita menilai apakah komunikasi yang telah kita lakukan selama ini sudah efektif atau belum. Jika belum, mari sama-sama kita perbaiki cara berkomunikasi. Cara berkomunikasi akan menentukan keberhasilan kita dalam kehidupan ini.

BAB 4

Model-Model Komunikasi

A. Pendahuluan

Moderenisasi, membuat komunikasi menjadi kebutuhan primer dengan berbagai bentuk dan caranya dalam kehidupan manusia. Mulanya, komunikasi hanya terdapat pada masyarakat atau kelompok orang yang hidup berdekatan. Namun dengan adanya kecepatan media informasi dan kompleksnya berbagai macam hubungan, maka komunikasi menjadi masalah semua orang.

Komunikasi memiliki beberapa model, dan setiap modelnya memiliki definisi yang berbeda pula. Model komunikasi dibuat agar mempermudah proses komunikasi dan melihat komponen dasar yang perlu dalam suatu komunikasi. Komunikasi merupakan suatu proses yang terlihat dari setiap gejala atau peristiwa yang tidak luput dari adanya suatu komunikasi yang terjalin antarmanusia.

B. Pengertian Model Komunikasi

Model adalah representasi suatu fenomena, baik nyata maupun abstrak dengan menonjolkan unsur-unsur penting fenomena tersebut. Model jelas bukan fenomena, tapi peminat komunikasi, termasuk mahasiswa sering mengaitkan model komunikasi dengan fenomena komunikasi. Sebagai alat untuk menjelaskan fenomena komunikasi, model mempermudah penjelasan tersebut.

Definisi model komunikasi menurut beberapa ahli, yaitu:

1. Sereno dan Mortensen

Suatu model komunikasi merupakan deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi. Suatu model mempresentasikan secara abstrak ciri-ciri penting dan menghilangkan rincian komunikasi yang tidak perlu dalam dunia nyata.

2. B. Aubrey Fisher

Model adalah analogi yang mengabstraksikan dan memilih bagian dari keseluruhan, unsur, sifat atau komponen yang penting dari fenomena yang dijadikan model.

3. Werner J. Severin dan James W. Tankard, Jr.

Model membantu merumuskan suatu teori dan menyarankan hubungan. Model dapat berfungsi sebagai basis bagi suatu teori yang lebih kompleks, alat untuk menjelaskan teori dan menyarankan cara-cara untuk memperbaiki konsep-konsep.

Para ahli umumnya merancang model-model komunikasi dengan menggunakan serangkaian bilik, lingkaran, panah, garis, dan sebagainya untuk mengidentifikasi komponen-komponen dan variabel-variabel yang membentuk komunikasi dan menyarankan atau melukiskan hubungan diantara komponen-komponen tersebut. Kata-kata, huruf, dan angka sering digunakan untuk melengkapi model-model komunikasi tersebut.

C. Fungsi dan Manfaat Model Komunikasi

Sehubungan dengan model komunikasi, Gordon Wiseman dan Larry Barker mengemukakan bahwa model komunikasi mempunyai tiga fungsi, yaitu:

1. Melukiskan proses komunikasi
2. Menunjukkan hubungan visual
3. Membantu dalam menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi

Model tidak hanya memberi manfaat kepada para ilmuwan, namun model juga menyediakan kerangka rujukan untuk memikirkan masalah, bila model awal tidak berhasil memprediksi. Oleh karena itu, pembuat model juga harus memutuskan ciri-ciri apa dari dunia nyata, misalnya dari fenomena komunikasi, yang akan dimasukkan kedalam sebuah model. Model juga berfungsi sebagai basis bagi teori yang telah kompleks, alat untuk menjelaskan teori dan menyarankan cara-cara untuk memperbaiki konsep. Sebagai alat dapat dipakai kata-kata, angka, simbol, dan gambar untuk melukiskan model suatu objek, teori, atau proses.

Dalam ilmu komunikasi, biasanya model-model komunikasi dirancang dengan menggunakan serangkaian blok, segi empat, lingkaran, panah, garis, spiral, dan lain-lain. Model menguji suatu temuan dalam dunia nyata, walaupun tidak pernah final karena selalu diuji dengan penemuan model terbaru.

Pendapat para ahli mengenai fungsi dan manfaat model-model komunikasi, yaitu:

1. Gordon Wiseman dan Larry Barker

Mengemukakan bahwa model komunikasi mempunyai tiga fungsi: pertama, melukiskan proses komunikasi, kedua, menunjukkan hubungan visual, dan ketiga, membantu dalam menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi.

2. Deutsch

Menyebutkan bahwa komunikasi mempunyai empat fungsi, yaitu:

- Mengorganisasikan (kemiripan data dan hubungan) yang tadinya tidak teramati)
- Heuristik (menunjukkan fakta-fakta dan metode baru yang tidak diketahui)
- Prediktif memungkinkan peramalan dari sekadar tipe ya atau tidak hingga yang kuantitatif yang berkenaan dengan kapan dan berapa banyak.
- Pengukuran, mengukur fenomena yang diprediksi.
- Fungsi-fungsi tersebut pada gilirannya merupakan basis untuk menilai suatu model.
 - Seberapa umum model tersebut? seberapa banyak bahan yang diorganisasikan dan seberapa efektif?
 - Seberapa heuristic model tersebut? apakah dapat membantu menemukan hubungan baru, fakta atau metode?
 - Seberapa penting prediksi yang dibuat dari model tersebut bagi bidang penelitian?
 - Seberapa akurat pengukuran yang dapat dikembangkan dengan model tersebut?
 - Seberapa orisinal model tersebut? Seberapa banyak pandangan yang ditawarkan?

3. Irwin D. J. Boss

Menyebutkan beberapa manfaat model. Model dapat menyediakan kerangka rujukan untuk memikirkan masalah, bila model awal tidak bisa memprediksi. Ketika suatu model diuji, karakter kegagalan kadang-kadang dapat memberikan petunjuk mengenai kekurangan model tersebut. Sebagian kemajuan ilmu pengetahuan justru dihasilkan dari kegagalan sebuah model.

Manfaat lain dari pembuatan model adalah terbukanya problem abstraksi. Dunia nyata adalah lingkungan yang sangat rumit. Sebuah apel, misalnya, mempunyai banyak sifat, ukuran, bentuk, warna, dan sebagainya. Dalam memutuskan apakah apel itu akan dimakan

atau tidak, hanya sebagian sifat apel ini yang dipertimbangkan. Suatu tingkat abstraksi dibutuhkan untuk mengambil keputusan. Oleh karena itu, pembuat model juga harus memutuskan ciri-ciri apa dari dunia nyata, misalnya dari fenomena komunikasi yang akan dimasukkan ke dalam sebuah model. Dengan membuat proses abstraksi ini penggunaan model dapat memunculkan pertanyaan-pertanyaan. Lebih jauh, hal itu dapat menyarankan eksperimen awal untuk memastikan karakter mana yang relevan untuk pengambilan keputusan.

4. Raymond S. Ross

Model memberi penglihatan yang lain, berbeda, dan lebih dekat, model menyediakan kerangka rujukan, menyarnkan kesenjangan informasional, menyoroti problem abstraksi, dan menyarakan suatu masalah dalam bahasa simbolik bila terdapat peluang untuk menggunakan gambar atau simbol.

Model komunikasi juga banyak memberikan manfaat, terutama kepada ilmuan, untuk memperjelas teori yang mereka kemukakan. Model juga memberikan kerangka rujukan untuk memikirkan masalah yang mungkin timbul, memberi peluang akan terbukanya prblem abstraksi, dan memberikan penglihatan berbeda atau lebih dekat.

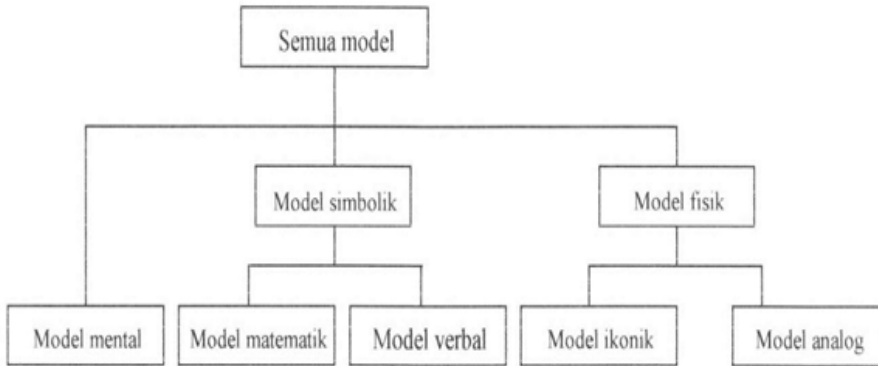
Model-model komunikasi memberikan gambaran tentang struktur dan hubungan fungsional dari unsur atau faktor yang ada dalam suatu sistem. Melalui model kita akan dapat memahami dengan lebih mudah dan komprehensif mengenai struktur dan fungsi dari unsur/faktor yang terlibat dalam proses komunikasi, baik dalam konteks individual, diantara dua orang atau lebih, kelompok atau organisasi maupun dalam konteks komunikasi dengan masyarakat secara luas.

Tipologi Model

Gerhard J. Hanneman dan William J. McEwen, menggambarkan suatu taksonomi model yang mudah dipahami dalam suatu grafik yang melukiskan derajat abstraksi berlainan. Model yang mungkin lebih penting adalah model simbolik yang terdiri dari model matematik (misalnya $E=mc^2$) dan model verbal, lalu model fisik yang terdiri dari model ikonik dan model analog.

Model verbal adalah model atau teori yang dinyatakan dengan kata-kata, meskipun bentuknya sangat sederhana. Definisi-definisi komunikasi yang dirumuskan dalam kalimat-kalimat, seperti definisi para tokoh,

termasu dalam model verbal ini. Model verbal sangat berguna, terutama untuk menyatakan hipotesis atau menyajikan hasil suatu penelitian.



gambar 4.1 Bentuk-bentuk model dari Gerhard J. Hanneman dan William J. McEwen

Model ini sering dibantu dengan grafik, diagram, atau gambar, Raymond S. Ross menyebut model demikian sebagai model verbal-piktorial. Model grafik atau model diagramatik secara skematis menampilkan apa yang dapat disajikan dengan sekadar kata-kata. Contoh model ini adalah model struktur organisasi yang sering kita lihat, yang dilihat dari perspektif organisasi, tingkat-tingkat jabatan dan hubungan kerja.

Model fisik secara garis besar terbagi dua, yakni model ikonik yang penampilan umumnya (rupa, bentuk, tanda-tanda) menyerupai objek yang dimodelkan, seperti model pesawat terbang, boneka, mannequin, maket sebuah gedung, dan sebagainya. Serta model analog yang mempunyai fungsi serupa dengan objek yang dimodelkan, meskipun bentuk fisiknya tidak serupa, seperti komputer yang fungsinya menyerupai otak manusia.

Sebagian model ikonik, selain menyerupai objek aslinya, juga menunjukkan sebagaimana fungsi penting objek yang dimodelkan tersebut. Contoh terbaik model ikonik ini adalah replica pesawat terbang, mobil, kereta api, dan sebagainya. Meskipun tampak rumit, sebenarnya merupakan versi sederhana dari kendaraan-kendaraan tersebut yang cara beroperasinya jauh lebih rumit. Kita dapat mempelajari masalah pesawat terbang melalui operasi model fisik tersebut, sebagaimana seorang ilmuwan dapat mempelajari fenomena alam lewat suatu model yang merepresentasikannya.

Model pesawat terbang jauh lebih mudah dipahami daripada pesawat terbang yang sebenarnya karena berbagai alasan, model lebih menyenangkan ditangani dan dimanipulasi. Model juga lebih sederhana daripada pesawat yang sebenarnya dan prinsip-prinsip bekerjanya juga lebih jelas. Namun tentu saja ada kekurangannya. Sebagian ciri pesawat

terbang sebenarnya mungkin terabaikan bila kita terlalu memperhatikan modelnya. Inilah resiko mempelajari fenomena lewat model.

Sebenarnya para ilmuwan menggunakan replica pesawat terbang untuk mempelajari kinerja pesawat terbang yang asli. Model sebenarnya bukan dimaksudkan sebagai alat pemberi informasi yang lengkap dan berguna mengenai objek yang dimodelkan. Apakah suatu model itu bermanfaat atau tidak, akan dikaji lewat pengalaman dengan membandingkan kinerja pesawat asli dengan modelnya.

Dalam dunia pendidikan, model fisik kadang-kadang digunakan untuk tujuan pengajaran. Dalam ilmu kedokteran misalnya, digunakan model manusia yang dilengkapi organ-organ tubuh bagian dalam seperti otak, jantung, paru-paru, dan lain-lain. Model bumi juga digunakan dalam pelajaran geografi untuk menunjukkan permukaan bumi. Model tata surya yang dapat kita lihat di planetarium berguna juga bagi para peminat astronomi. Model tata surya sebenarnya dapat dijelaskan dengan model fisik ataupun model verbal. Bola-bola yang disebut planet-planet itu dapat digantikan dengan simbol-simbol yang mempresentasikan planet tersebut.

Model verbal punya peran penting dalam pengembangan ilmu pengetahuan terutama dalam tahap awal penjelajahan suatu topic atau presentasi hasil. Model verbal menghadapi banyak kesulitan karena keterbatasan bahasa, dan karena itu model verbal ini sering diganti atau dilengkapi dengan model matematik yang menjelaskan fenomena secara lebih sederhana.

Pembuatan model adalah upaya penting dalam memajukan ilmu pengetahuan dan kuantitas model yang dihasilkan menandai kematangan ilmiah disiplin tersebut. Dibutuhkan pandangan yang luar biasa untuk menciptakan model baru. Namun hal itu tidak otomatis memadai.

Seperti juga teori, model dapat diterima sepanjang belum dinyatakan keliru berdasarkan data terbaru yang ditemukan di lapangan. Perbaikan model sekecil apapun, memang berdasarkan interaksi antara model dan data. Kadang-kadang data begitu banyak, namun model yang dihasilkan kurang memuaskan, sehingga kemajuan yang dialami disiplin ilmu yang bersangkutan begitu lamban. Berbagai upaya ilmiah harus terus dilakukan untuk memperoleh data yang mendukung model yang dirancang. Para ilmuwan dapat bekerja sama untuk menghasilkan model, seperti Brahe yang mengumpulkan data yang baik dan Kepler yang menyediakan model.

Pada umumnya, tidak ada suatu model yang berhasil yang muncul secara tiba-tiba. Suatu model yang baik biasanya telah melewati banyak tahap ujian, yang mungkin memakan waktu puluhan tahun. Tidak ada

model yang sempurna atau final. Bahkan ketika model sudah diterima luas, ada saja nuansa baru yang muncul dari fenomena yang dimodelkan, sehingga dikembangkan lagi model baru untuk mengakomodasi nuansa baru tersebut. hal ini juga berlaku untuk pembuatan model dalam ilmu-ilmu sosial termasuk ilmu komunikasi. Suatu model sering menunjukkan kekurangan-kekurangan mengenai karakteristik fenomena yang dimodelkan. Karena itu model suatu fenomena bisa diperbaiki berdasarkan model pertama tadi yang dari waktu ke waktu dihadapkan dengan data yang lebih baru yang ditemukan di lapangan.

Pada dasarnya model komunikasi yang juga punya sifat dan fungsi yang mirip dengan model-model lain yang telah dibahas sebelumnya. Hanya saja, oleh karena dalam ilmu sosial, termasuk komunikasi, terdapat berbagai perspektif, maka lazimnya terdapat berbagai model untuk menjelaskan suatu fenomena yang diamati. Oleh karena sifat fenomena yang cair dan dinamis serta berubah-ubah, yang membedakan perilaku manusia dengan perilaku objek alam yang dianggap statis, pembuatan model fenomena sosial menjadi lebih sulit.

Berdasarkan paradig yang bertentangan itu, ilmuwan sosial yang berpandangan objektif, menganggap bahwa manusia cenderung makhluk yang pasif, tidak jarang menggunakan model matematik. Sedangkan ilmuwan sosial berpandangan subjektif, yang menganggap bahwa manusia aktif, biasanya lebih banyak menggunakan model verbal.

D. Penilaian Model Komunikasi

Ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam menilai suatu model komunikasi :

- Seberapa umum (general) model tersebut?
- Seberapa banyak bahan yang diorganisasikan dan seberapa efektif?
- Seberapa heuristik model tersebut? (apakah membantu menemukan hubungan-hubungan baru, fakta atau metode).
- Seberapa penting prediksi yang dibuat model tersebut bagi penelitian?
- Seberapa strategis prediksi itu pada tahap perkembangan bidang tersebut?
- Seberapa akurat pengukuran yang dapat dikembangkan dengan model tersebut ?

Dalam menilai model, Deutsch menambahkan beberapa hal berikut:

- Orisinalitas model. Seberapa banyak pandangan baru yang ditawarkan?
- Bagaimana kesederhanaan dan kehematan model tersebut?
- Seberapa nyata model tersebut?

- Seberapa jauh kita bergantung pada model tersebut sebagai representasi realitas fisik?

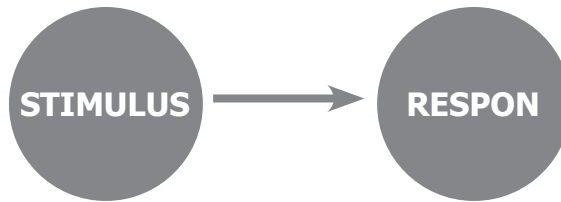
E. Model-Model Komunikasi sebagai Suatu Perkenalan

Model komunikasi kurang lebih adalah suatu replika kebanyakan model diagramatik dari dunia nyata. Komunikasi bersifat dinamis sebenarnya komunikasi sulit dimodelkan. Penggunaan model berguna untuk mengidentifikasi unsur-unsur komunikasi dan bagaimana unsur-unsur tersebut berhubungan.

1. Model S – R

Model Stimulus respons (S - R) adalah model komunikasi paling dasar. Model ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran behavioristic. Model tersebut menggambarkan hubungan stimulus – respons.

Gambar S-R



Gambar Model Komunikasi S-R Model ini menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi reaksi yang sangat sederhana. Model S-R mengabaikan komunikasi sebagai suatu proses, khususnya yang berkenaan dengan factor manusia. Secara implisit ada asumsi dalam model S-R ini bahwa perilaku (respons) manusia dapat diramalkan. Ringkasnya, komunikasi dianggap statis, manusia dianggap berperilaku karena kekuatan dari luar (stimulus), bukan berdasarkan kehendak, keinginan, atau kemampuan bebasnya. Model ini lebih sesuai bila diterapkan pada sistem pengendalian suhu udara alih-alih pada perilaku manusia.

Bila seseorang lelaki berkedip kepada seorang wanita lalu wanita itu tersepu malu. Atau bila tersenyum dan kemudian anda membalas senyuman saya itu pula S – R. model S – R terbagi menjadi dua bagian;

a. Model S – R Positif-Positif

Sebagai contoh, ketika seseorang yang anda kagumi atau menarik

perhatian anda tersenyum kepada anda ketika berpapasan di jalan, maka anda akan membalas senyuman itu karena anda ketika berpapasan di jalan, maka anda akan membalas senyuman itu karena anda merasa senang. Dari contoh di atas maka terjadi korelasi model S – R Positif-Positif.

b. Model S – R Negaif-Negatif

Sebagai contoh, orang pertama menatap orang kedua dengan tajam dan orang kedua dengan tajam dan orang kedua balik menatap dengan menatap dan berkata kasar.

Model S – R mengabaikan komunikasi sebagai suatu proses, khususnya yang berkenaan dengan faktor manusia. Secara implisit ada asumsi dalam model S – R ini bahwa perilaku (respons) manusia dapat diramalkan. Komunikasi dianggap sebagai statis, yang menganggap manusia selalu berperilaku karena kekuatan dari luar (stimulus) bukan berdasarkan kehendak, keinginan atau kemauan bebasnya. Model ini lebih sesuai bila diterapkan pada sistem pengendalian suhu udara alih-alih pada perilaku manusia.

2. Model Aristoteles

Filosof Yunani yang mengkaji komunikasi yang intinya adalah persuasi. Model Aristoteles adalah model komunikasi paling klasik yang sering juga disebut model retorik (rhetorical model). Ia mengemukakan tiga unsur dasar proses komunikasi yaitu pembicara (speaker), pesan (message), dan pendengar (listener).

Fokus komunikasi yang ditelaah Aristoteles adalah komunikasi retorik yang kini lebih dikenal dengan komunikasi public (public speaking) atau pidato. Menurut Aristoteles, persuasi dapat dicapai oleh siapa anda (etos-kepercayaan anda), argument anda (logos-logika dalam pendapat anda) dan dengan memainkan emosi khalayak (pathos-emosi khalayak). Dengan kata lain faktor yang memainkan peran dalam menentukan efek persuasif suatu pidato meliputi isi pidato, susunannya, dan cara penyampaiannya. Aristoteles juga menyadari peran khalayak pendengar. Persuasi berlangsung melalui khalayak ketika mereka diarahkan oleh pidato itu ke dalam suatu keadaan emosi.

Seperti model S – R model komunikasi Aristoteles jelas sangat sederhana, malah terlalu sederhana dipandang dari perspektif sekarang, karena tidak memuat unsur-unsur lainnya yang dikenal dalam model komunikasi, seperti saluran, umpan balik, efek, dan kendala atau gangguan komunikasi. Kelemahan model ini adalah bahwa komunikasi dianggap sebagai fenomena yang mendengarkan.

Tahap-tahap dalam peristiwa itu berurutan alih-alih terjadi secara simultan. Model ini juga berfokus pada komunikasi yang bertujuan (disengaja) yang terjadi ketika seseorang berusaha membujuk orang lain untuk menerima pendapatnya. Kelemahan lain model reotis ini adalah tidak dibahasnya aspek-aspek nonverbal dalam persuasi. Kebanyakan model komunikasi lebih baru yang dikembangkan para ahli sejak zaman Aristoteles tetap mengandung tiga unsur yang sama; yakni sumber yang mengirimkan pesan, pesan yang dikirimkan dan penerima pesan tersebut.

3. Model Lasswell

Model komunikasi ini, merupakan ungkapan verbal yakni *who* (siapa), *say what* (apa yang dikatakan), *In Which Channel* (saluran Pembicara Pesan Pendengar komunikasi), *To Whom* (kepada siapa), *With What Effect?* (unsure pengaruh).

Model komunikasi Lasswell berupa ungkapan verbal, yakni:

- **Who** : Komunikator (orang yang menyampaikan informasi)
- **Says What** : Pesan (Informasi yang disampaikan oleh komunikator)
- **In Which Channel** : Media (alat atau perantara yang digunakan untuk menyampaikan informasi)
- **To Whom** : Komunikasi (Orang yang menerima informasi dari komunikator)
- **With What Effect** : Efek (Reaksi yang dihasilkan atau ditunjukkan oleh komunikasi setelah mendengar informasi yang disampaikan oleh komunikasi).

Model ini dikemukakan Harold Lasswell tahun 1948 yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsi-fungsi yang diembannya dalam masyarakat. Lasswell mengemukakan tiga fungsi komunikasi, yaitu: pertama, pengawasan lingkungan yang mengingatkan anggota-anggota masyarakat akan bahaya dan peluang dalam lingkungan; kedua, korelasi berbagai bagian terpisah dalam masyarakat yang merespons lingkungan; dan ketiga, transmisi warisan sosial dari suatu generasi ke generasi lainnya.

Lasswell mengakui bahwa tidak semua komunikasi bersifat dua arah, dengan suatu aliran yang lancar dan umpan balik yang terjadi antara pengirim dan penerima. Dalam suatu masyarakat yang kompleks, banyak informasi disaring oleh pengendali pesan-edit, penyensor atau propagandis yang menerima informasi dan menyampaikannya kepada publik dengan beberapa perubahan atau penyimpangan. Menurut Lasswell, suatu fungsi penting komunikasi

adalah menyediakan informasi mengenai negara-negara kuat lainnya di dunia.

4. Model Newcomb

Theodore Newcomb (1953) memandang komunikasi dari perspektif psikologi-sosial. Modelnya mengingatkan kita akan diagram jaringan kelompok yang dibuat oleh para psikolog sosial dan merupakan formulasi awal mengenai konsistensi kognitif. Dalam model komunikasi tersebut yang sering disebut Model ABX atau model simetri. Newcomb menggambarkan bahwa seseorang A, menyampaikan sesuatu pada seseorang lainnya B, mengenai sesuatu X. Model mengasumsikan bahwa orientasi sikap A terhadap (sikap) B dan terhadap X saling bergantung, dan ketiganya merupakan suatu sistem yang terdiri dari empat orientasi, antara lain:

- Orientasi A terhadap X, yang meliputi sikap terhadap X sebagai objek yang harus didekati atau dihadiri dan atribut kognitif.
- Orientasi A terhadap B, dalam pengertian yang sama.
- Orientasi B terhadap X.
- Orientasi B terhadap A.

Dalam model Newcomb, komunikasi adalah suatu cara yang lazim dan efektif yang memungkinkan orang-orang mengorientasikan diri terhadap lingkungan mereka. Ini adalah suatu model tindakan komunikatif dua-orang yang disengaja (internasional). Model ini mengisyaratkan bahwa setiap sistem apapun mungkin ditandai oleh suatu keseimbangan kekuatan-kekuatan dan bahwa perubahan dalam bagian manapun dari sistem tersebut akan menumbulkan suatu ketegangan terhadap keseimbangan atau simetri, karena ketidakseimbangan atau kekurangan simetri secara psikologis tidak menyenangkan dan menimbulkan tekanan internal untuk memulihkan keseimbangan.

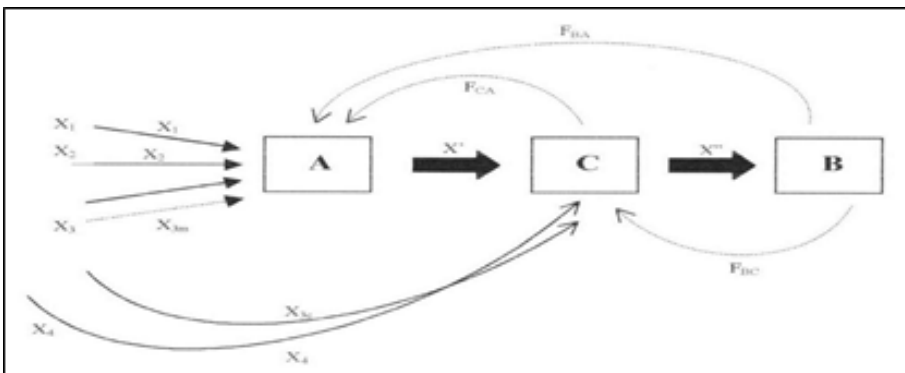
5. Model Westley dan Maclean

Tahun 1957, Bruce Westley dan Malcolm Mac Lean, keduanya teoretisi komunikasi merumuskan suatu model yang mencakup komunikasi antar pribadi dan komunikasi massa, dan memasukkan umpan balik sebagai bagian integral dari proses komunikasi. Model Westley dan Maclean ini dipengaruhi oleh model Newcomb, selain itu juga oleh model Lasswell dan model Shannon dan Weaver. Mereka menambahkan jumlah peristiwa, gagasan, objek dan orang yang tidak terbatas (dari X1-X0) yang kesemuanya merupakan objek orientasi, menepatkan suatu peran dari C diantara A dan B, dan menyediakan umpan balik.

Menurut kedua pakar ini, perbedaan dalam umpan balik inilah yang membedakan komunikasi antarpribadi dengan komunikasi massa. Umpan balik dari penerima bersifat segera dalam komunikasi antarpribadi, sementara dalam komunikasi massa bersifat minimal atau tertunda. Sumber dalam komunikasi antarpribadi lebih beruntung daripada dalam komunikasi massa dalam arti bahwa dalam komunikasi antarpribadi sumber dapat langsung memanfaatkan umpan balik dari penerima untuk mengetahui apakah pesannya mencapai sasaran dan sesuai dengan tujuan komunikasi.

Dalam model Westley dan MacLean ini terdapat lima unsur, yaitu: objek orientasi, pesan, sumber, penerima, dan umpan balik. Sumber (A) menyoroti suatu objek atau peristiwa tertentu dalam lingkungannya (X) dan menciptakan pesan mengenai hal itu (X') yang ia kirim kepada penerima (B). Pada gilirannya, penerima mengirimkan umpan balik (fBA) mengenai pesan kepada sumber.

Westley dan Maclean menambahkan suatu unsur lain (C). C adalah "penjaga gerbang" atau pemimpin pendapat yang menerima pesan (X') dari sumber media massa (A) atau menyoroti objek orientasi (X3, X4) dalam lingkungannya. Menggunakan informasi ini penjaga gerbang kemudian menciptakan pesannya sendiri (X'') yang ia kirimkan kepada penerima (B). Maka terbentuklah suatu sistem penyaringan, karena penerima tidak memperoleh informasi langsung dari sumbernya melainkan dari orang yang memilih informasi dari berbagai sumber.



Gambar 4.2 Proses Komunikasi Massa

Dalam komunikasi massa, umpan balik dapat mengalir dengan tiga arah:

- Dari penerima (B) ke penjaga gerbang (C)
- Dari penerima (B) ke sumber media massa (A)
- Dari pemimpin pendapat (C) ke sumber media massa (A)

Model Westley dan MacLean mencakup beberapa konsep penting yaitu: umpan balik, perbedaan dan kemiripan, komunikasi antarpribadi dengan komunikasi massa, dan pemimpin pendapat yang penting sebagai unsur tambahan dalam komunikasi massa. Model ini juga membedakan pesan yang bertujuan (purposif) dengan pesan yang tidak bertujuan (nonpurposif).

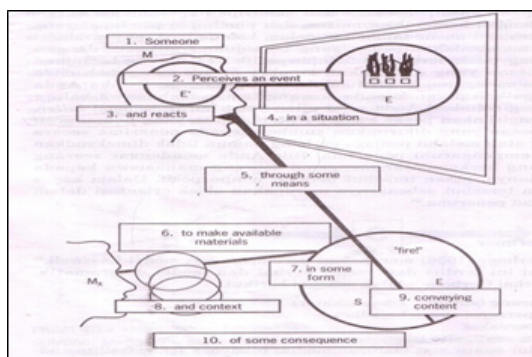
Purposif (bertujuan), pesan yang dikirimkan sumber untuk mengubah citra penerima mengenai sesuatu dalam lingkungan. Contoh, ketika Anda menyampaikan pesan kepada teman bahwa dosen yang memberi nilai ujian buruk sebagai killer.

NonPurposif (tidak bertujuan), pesan yang dikirimkan sumber kepada penerima secara langsung namun tidak dimaksudkan untuk mempengaruhinya. Contoh, Anda mendengar seorang dosen yang berkomentar mengenai seorang mahasiswa kepada seorang dosen lainnya.

6. Model Garbner

Model Garbner merupakan perluasan dari model Lasswell. Model ini terdiri dari model verbal dan model diagramatik. Model verbal Garbner adalah sebagai berikut:

- 1) Seseorang (sumber; komunikator)
- 2) Mempersepsi suatu kejadian
- 3) Dan bereaksi
- 4) Dalam suatu situasi
- 5) Melalui suatu alat
- 6) Untuk menyediakan materi
- 7) Dalam suatu bentuk
- 8) Dan konteks
- 9) Yang mengandung isi
- 10) Yang mempunyai suatu konsekuensi

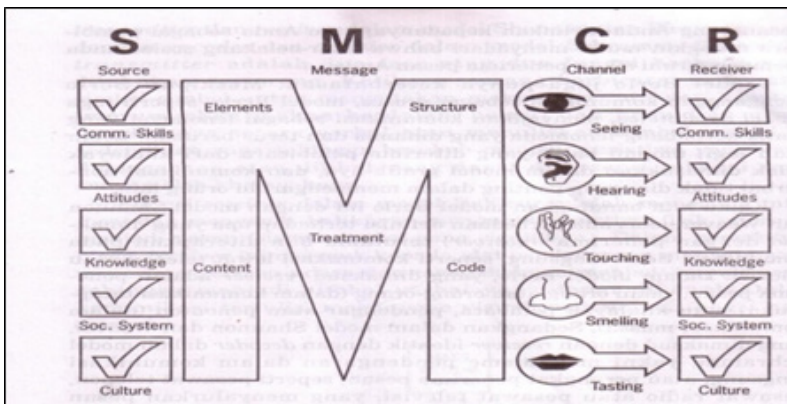


Gambar 4.3 Model Garbner

Gerbner menunjukkan bahwa seseorang mempersepsi suatu kejadian dan mengirimkan pesan kepada suatu transmitter yang pada gilirannya mengirimkan sinyal kepada penerima (receiver); dalam transmisi itu sinyal menghadapi gangguan dan muncul sebagai SSEE bagi sasaran (destination).

7. Model Berlo

Dalam model komunikasi David K. Berlo diketahui bahwa komunikasi terdiri dari 4 proses utama yaitu SMRC (Source, Message, Channel, dan Receiver) lalu ditambah 3 Proses Sekunder, yaitu feedback, efek dan lingkungan.



Gambar 4.4 Model Berlo

- Source (sumber) adalah seseorang yang memberikan pesan atau dalam komunikasi dapat disebut sebagai komunikator. Walaupun sumber biasanya melibatkan individu, namun dalam hal ini sumber juga melibatkan banyak individu. Misalnya, dalam organisasi, Partai atau lembaga tertentu. Sumber juga sering dikatakan sebagai source, sender, atau encoder.
- Message (pesan), adalah isi dari komunikasi yang memiliki nilai dan disampaikan oleh seseorang (komunikator). Pesan bersifat menghibur, informatif, edukatif, persuasif, dan juga bisa bersifat propaganda. Pesan disampaikan melalui 2 cara, yaitu Verbal dan Nonverbal. Bisa melalui tatp muka atau melalui sebuah media komunikasi. Pesan bisa dikatakan sebagai Message, Content atau Information.
- Channel (Media dan saluran komunikasi). Sebuah saluran komunikasi terdiri atas 3 bagian: Lisan, Tertulis, dan Elektronik.

Media disini adalah sebuah alat untuk mengirimkan pesan tersebut. Misal secara personal (komunikasi interpersonal), maka media komunikasi yang digunakan adalah panca indra atau bisa memakai media telepon, telegram, handphone, yang bersifat pribadi. Sedangkan komunikasi yang bersifat massa (komunikasi massa), dapat menggunakan media cetak (koran, surat kabar, majalah, dan lain-lain), dan media elektronik (TV, Radio). Untuk internet, termasuk media yang fleksibel, karena bisa bersifat pribadi dan bisa bersifat massa. Karena, internet mencakup segalanya. Jika anda membuka www.kuliahkomunikasi.com maka media tersebut bersifat massal, namun jika and chatting melalui yahoo messenger, maka media ini bersifat interpersonal, dan jika anda menuliskan Blog (Blogging atau menulis diary), media ini bisa berubah menjadi media yang bersifat Intrapersonal (kepada diri sendiri).

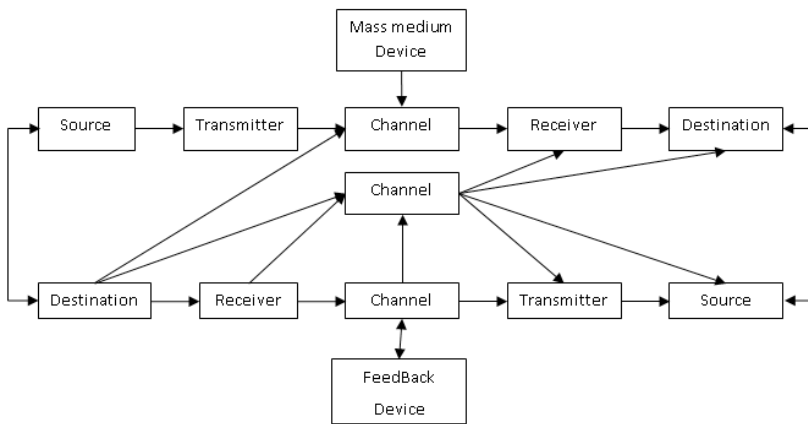
- d. Receiver (Penerima Pesan), penerima adalah orang yang mendapatkan pesan dari komunikator melalui media. Penerima adalah elemen yang penting dalam menjalankan sebuah proses komunikasi. Karena, penerima menjadi sasaran dari komunikasi tersebut. penerima dapat juga disebut sebagai publik, khalayak, masyarakat dan lain-lain.
- e. Menurut model ini, sumber dan penerima pesan dipengaruhi oleh faktor-faktor: Keterampilan komunikasi, sikap, pengetahuan, sistem sosial, dan budaya.

8. Model DeFleur

Model Melvin L. DeFleur, seperti model Sestley dan Maclean, menggambarkan model komunikasi antar pribadi. Seperti diakui DeFleur, modelnya merupakan perluasan dari model-model yang dikemukakan para ahli lain, khususnya Shannon dan Weafer, dengan memasukkan perangkat media massa (mass medium device) dan perangkat umpan balik (feedback device). Ia menggambarkan sumber (source), pemancar (transmitter), penerima (receiver), dan sasaran (destination) sebagai fase-fase terpisah dalam proses komunikasi massa.

Source dan transmitter adalah dua fase/fungsi yang berbeda yang dilakukan seseorang ketika seseorang berbicara ia memilih simbol-simbol untuk menyatakan makna denotatif dan konotatif (merumuskan mana ke dalam pesan) dan kemudian mengucapkan

secara verbal atau menuliskan simbol-simbol ini sedemikian rupa sehingga berubah menjadi peristiwa yang dapat didengarkan atau dilihat yang dapat dipersepsi sebagai rangsangan oleh khalayaknya. Fungsi receiver dalam model DeFleur adalah menerima informasi dan menyandi-baliknya-mengubah peristiwa fisik informasi menjadi pesan (sistem simbol yang signifikan). Dalam percakapan biasa, receiver ini merujuk kepada alat pendengaran manusia, yang menerima getaran udara dan mengubahnya menjadi impuls saraf, sehingga menjadi simbol verbal yang dapat dikenal. Dalam komunikasi tertulis, mekanisme visual yang sejajar.



Gambar 4.5 Proses Komunikasi Tertulis

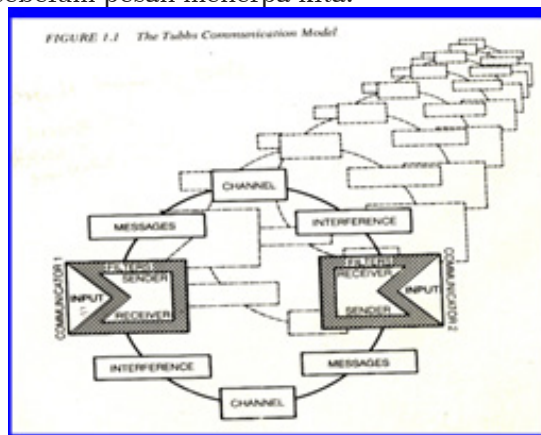
Berdasarkan gambar diatas, terlihat bahwa sumber yang bermaksud mengkomunikasikan sesuatu hal kepada sasaran pertama-tama akan terlibat dalam proses pengolahan/pembentukan simbol-simbol pesan melalui transmitter sehingga menghasilkan sesuatu pesan yang bermakna. Simbol-simbol tersebut kemudian disampaikan melalui suatu saluran (channel). Pihak penerima menerima simbol-simbol tersebut melalui alat penerima tertentu.

Menurut DeFleur komunikasi bukanlah pemindahan makna. Ahli-ahli, komunikasi terjadi lewat suatu operasi seperangkat komponen dalam suatu sistem teoretis, yang konsekuensinya adalah isomorfisme (isomorphism) di antara respons internal (makna) terhadap seperangkat simbol tertentu pada pihak pengirim dan penerima. Isomorfisme makna merujuk pada upaya membuat makna terkoordinasikan antara pengirim dan khalayak.

9. Model Tubbs

Model komunikasi berikut dikembangkan oleh Stewart L. Tubbs. Model ini menggambarkan komunikasi paling mendasar, yaitu komunikasi dua orang (diadik). Model komunikasi Tubbs ini sesuai dengan konsep komunikasi sebagai transaksi, yang mengasumsikan kedua peserta komunikasi sebagai pengirim dan sekaligus juga penerima pesan. Ketika kita berbicara (mengirimkan pesan), sebenarnya kita juga mengamati perilaku mitra bicara kita dan kita bereaksi terhadap perilakunya yang kita lihat tersebut. Prosesnya bersifat timbal balik atau saling mempengaruhi. Proses komunikasi juga berlangsung spontan dan serentak. Karena itu, kita melihat bahwa kedua peserta komunikasi disebut komunikator 1 dan komunikator 2.

Komunikasi dapat saja “dimulai: oleh komunikator 1 ataupun komunikator 2. Akan tetapi dalam kenyataannya, kedua orang itu mengirim dan menerima pesan sepanjang waktu. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi itu suatu proses yang berkesinambungan, tanpa awal dan tanpa akhir. Artinya apa yang kita anggap awal komunikasi yang terjadi sebelumnya, baik dengan orang yang bersangkutan ataupun dengan pihak lain, dan apa yang kita anggap akhir komunikasi juga akan berlanjut dengan peristiwa komunikasi berikutnya, baik dengan diri kita ataupun dengan pihak lain. Pandangan transaksional mengenai komunikasi menyarankan bahwa kita mengalami perubahan sebagai hasil terjadinya komunikasi. Pada model tersebut, perubahan ini mengisyaratkan bahwa komunikasi bersifat irreversible. Artinya, kita tidak dapat lagi berada dalam posisi semula (baik dalam pengetahuan, pengalaman, ataupun sikap), sebelum pesan diterima kita.



Gambar 4.6 Model Tubbs

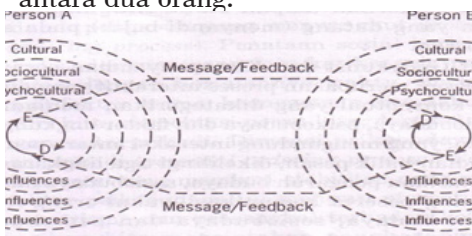
Model komunikasi Tubbs melukiskan, baik komunikator 1 atau komunikator 2 terus menerus memperoleh masukan, yakni rangsangan yang berasal dari dalam ataupun dari luar dirinya, yang sudah berlalu ataupun yang sedang berlangsung, juga semua pengalamannya dalam pengetahuan mengenai dunia fisik dan sosial yang mereka peroleh lewat indra mereka. Akan tetapi, baik komunikator 1 ataupun komunikator 2 adalah manusia yang unik mereka mempunyai latar belakang sosial-budaya yang berbeda. Dengan kata lain, masukan yang menerpa komunikator 1 dan komunikator 2 itu, baik yang sudah lalu ataupun yang sedang terjadi, boleh jadi berlainan. Filter atau penyaring mereka masing-masing, baik fisiologis ataupun psikologis, juga dapat berbeda.

Pesan dalam model Tubbs itu dapat berupa pesan verbal, jua nonverbal, bisa disengaja ataupun tidak disengaja. Salurannya adalah alat indra, terutama pendengaran, penglihatan, dan perabaan. Gangguan teknis adalah faktor yang menyebabkan si penerima merasakan suatu perubahan dalam informasi atau rangsangan yang tiba, misalnya kegaduhan. Gangguan ini dapat juga berasal dari pengirim pesan, misalnya orang yang mengalami kesulitan bicara atau yang berbicara terlalu pelan hingga nyaris tak terdengar. Gangguan semantik adalah pemberian makna yang berbeda atas lambang yang disampaikan pengirim.

Dengan demikian, meskipun dalam model itu komunikator 1 dan komunikator 2 memiliki atau memperoleh unsur-unsur yang sama yang juga didefinisikan sama: masukan, penyaring, penyampaian, saluran, gangguan, unsur-unsur tersebut tetap berada dalam muatannya.

10. Model Gudykunts dan Kim

Model William B. Gudykunts dan Young Yun Kim ini sebenarnya merupakan model komunikasi antar budaya, yakni komunikasi antara orang-orang yang berasal dari budaya yang berlainan, atau komunikasi dengan orang asing (stranger). Model komunikasi ini pada dasarnya sesuai untuk komunikasi tatap muka, khususnya antara dua orang.



Gambar 4.7 Model Gudykunts dan Kim

Model Gudykunts dan Kim ini mengasumsikan dua orang yang setara dalam berkomunikasi, masing-masing sebagai pengirim dan sekaligus sebagai penerima, atau kedua sekaligus melakukan penyandian (encoding) dan penyandian-balik (decoding). Karena itu, tampak pula bahwa pesan suatu pihak sekaligus juga adalah umpan balik bagi pihak lainnya. Pesan atau umpan balik antara kedua peserta komunikasi direpresentasikan oleh garis dari penyandian seseorang ke penyandian-balik orang lain dan dari penyandian orang kedua ke penyandian-balik orang pertama. Kedua garis pesan atau umpan balik menunjukkan bahwa setiap kita berkomunikasi, secara serentak kita menyandi dan menyandi balik pesan. Dengan kata lain, komunikasi tidak statis; kita tidak menyandi suatu pesan dan tidak melakukan apa-apa hingga kita menerima umpan balik. Kita memproses rangsangan yang datang (menyandi-balik) pada saat kita juga menyandi pesan.

Menurut Gudykunts dan Kim, penyandian pesan dan penyandian balik pesan merupakan suatu proses interaktif yang dipengaruhi oleh filter-filter konseptual yang dikategorikan menjadi faktor-faktor budaya, sosiobudaya, dan psikobudaya itu saling berhubungan atau saling mempengaruhi. Kedua orang yang mewakili model juga berada dalam kotak dengan garis terputus-putus yang mewakili pengaruh lingkungan. Lagi, garis terputus-putus yang membentuk kotak tersebut menunjukkan bahwa lingkungan tersebut bukanlah suatu sistem tertutup atau terisolasi. Kebanyakan komunikasi antara orang-orang berlangsung dalam suatu lingkungan sosial yang mencakup orang-orang lain yang juga terlibat dalam komunikasi.

Pengaruh-pengaruh budaya, sosiobudaya dan psikobudaya itu berfungsi sebagai filter konseptual untuk menyandi dan menyandi balik pesan. Filter tersebut adalah mekanisme yang membatasi jumlah alternatif yang memungkinkan kita memilih ketika kita menyandi dan menyandi balik pesan. Lebih khusus lagi, filter tersebut membatasi prediksi yang kita buat mengenai bagaimana orang lain mungkin menanggapi perilaku komunikasi kita. Sifat prediksi yang kita buat mempengaruhi cara kita menyandi pesan. Lebih jauh lagi, filter tersebut membatasi prediksi yang kita buat mengenai bagaimana orang lain mungkin menanggapi perilaku komunikasi kita. Sifat prediksi yang kita buat mempengaruhi cara kita menyandi pesan. Lebih jauh lagi filter itu membatasi rangsangan apa yang kita perhatikan dan bagaimana kita menafsirkan rangsangan tersebut ketika kita menyandi-balik pesan yang datang.

Gudykunts dan Kim berpendapat, pengaruh budaya dan model itu meliputi kemiripan dan perbedaan budaya, misalnya pandangan dunia (agama), bahasa, juga sikap kita terhadap manusia. Pengaruh sosiobudaya adalah pengaruh yang menyangkut proses penataan sosial (social ordering process). Sosiobudaya ini terdiri dari empat faktor utama: keanggotaan kita dalam kelompok sosial, konsep diri kita, ekspektasi peran kita, dan definisi kita mengenai hubungan antar pribadi. Dimensi psikobudaya mencakup proses penataan pribadi (personal ordering process). Faktor-faktor psikobudaya ini meliputi stereotip dan sikap (misalnya etnosentrisme dan prasangka) terhadap kelompok lain. Stereotip dan sikap kita menciptakan penghargaan mengenai bagaimana orang lain akan berperilaku. Etnosentrisme, misalnya, mendorong kita menafsirkan perilaku orang lain berdasarkan kerangka rujukan kita sendiri dan mengharapkan orang lain berperilaku sama seperti kita.

Salah satu unsur yang melengkapi model Gudykunts dan Kim adalah lingkungan. Lingkungan mempengaruhi kita dalam menyandi dan menyandi balik pesan. Lokasi geografis, iklim, situasi arsitektual (lingkungan fisik), dan persepsi kita atas lingkungan tersebut, mempengaruhi cara kita menafsirkan rangsangan yang datang dan prediksi yang kita buat mengenai perilaku orang lain. Contoh, seorang Amerika Utara yang mengunjungi suatu keluarga Colombia akan mengharapkan berinteraksi secara informal di ruang tengah (living room). Sebaliknya keluarga Colombia mungkin akan mendefinisikan ruang tengah sebagai tempat untuk berperilaku secara formal. Karena itu, setiap pihak akan menafsirkan perilaku pihak lain berdasarkan yang sama.

1.1. Model Interaksional

Model interaksional ini “berlawanan” dengan model stimulus-respons (S-R) dan beberapa model linier lainnya. Model Interaksional menganggap manusia lebih aktif. Model Interaksional ini menunjukkan pada model komunikasi yang dikembangkan oleh para ilmuwan sosial yang menggunakan perspektif interaksi simbol, dengan tokoh utamanya George Herbert Mead yang salah seorang muridnya adalah Herbert Blumer. Perspektif interaksi simbolik lebih dikenal dalam sosiologi, meskipun pengaruhnya juga menembus disiplin-disiplin lain seperti: psikologi, ilmu komunikasi, dan bahkan antropologi.

Komunikasi digambarkan sebagai pembentukan makna (penafsiran atas pesan atau perilaku orang lain) oleh para peserta komunikasi

(komunikator). Beberapa konsep penting yang digunakan adalah: diri (self), diri yang lain (other), simbol, makna, penafsiran dan tindakan.

Menurut model Interaksi Simbolik, orang-orang sebagai peserta komunikasi (komunikator) bersifat aktif, reflektif dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit iramalkan. Dalam konteks ini, Blumer mengemukakan tiga premis yang menjadi dasar model ini. Pertama, manusia bertindak berdasarkan makna yang diberikan individu terhadap lingkungan sosialnya (simbol verbal, simbol non-verbal, lingkungan fisik). Kedua, makna itu berhubungan langsung dengan interaksi sosial yang dilakukan individu dengan lingkungan sosialnya. Ketiga, makna diciptakan, dipertahankan, dan diubah lewat proses penafsiran yang dilakukan individu dalam berhubungan dengan lingkungan sosialnya. Oleh karena individu terus berubah, masyarakat pun berubah melalui interaksi. Jadi interaksi-lah yang dianggap variabel penting yang menentukan perilaku manusia, bukan struktur masyarakat. Struktur itu sendiri tercipta dan berubah karena interaksi manusia.

Para peserta komunikasi menurut model interaksional adalah orang-orang yang mengembangkan potensi manusianya melalui interaksi sosial, tepatnya melalui apa yang disebut pengambilan peran orang lain (role-taking). Diri (self) berkembang lewat interaksi dengan orang lain, dimulai dengan lingkungan terdekatnya seperti keluarga (significant others) dalam satu tahap yang disebut tahap permainan (play stage) dan terus berlanjut hingga ke lingkungan luas (generalized others) dalam suatu tahap yang disebut tahap pertandingan (game stage). Dalam interaksi itu, individu selalu melihat dirinya melalui perspektif (peran) orang lain. Maka konsep diri pun tumbuh berdasarkan bagaimana orang lain memandang diri individu tersebut.

BAB 5

Persepsi: Inti Komunikasi

A. Pendahuluan

Manusia sebagai makhluk sosial yang sekaligus juga makhluk individual, maka terdapat perbedaan antara individu yang satu dengan yang lainnya (Wolberg, 1967). Adanya perbedaan inilah yang antara lain menyebabkan mengapa seseorang menyenangi suatu obyek, sedangkan orang lain tidak senang bahkan membenci obyek tersebut. Hal ini sangat tergantung bagaimana individu menanggapi obyek tersebut dengan persepsinya. Pada kenyataannya sebagian besar sikap, tingkah laku dan penyesuaian ditentukan oleh persepsinya.

Persepsi merupakan inti dari komunikasi, sedangkan penafsiran merupakan inti dari persepsi, yang identik dengan penyandian balik (decoding) dalam sebuah proses komunikasi. Hal ini sesuai dengan definisi yang dikemukakan oleh John R. Wenburg dan William W. Wilmot, “Persepsi dapat diartikan sebagai cara organisme memberi makna” (John R. Wenburg dan William W. Wilmot, 1973:113), sedangkan menurut Rudolph F. Verderber, “Persepsi didefinisikan proses menafsirkan informasi indrawi” (Rudolph F. Verderber, 1978:22), dan menurut J. Cohen, “Persepsi diartikan sebagai interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representatif objek eksternal, persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada di luar sana” (B. Audrey Fisher dan Katherine L. Adams, 1994:55).

Persepsi disebut inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita dalam memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lainnya. Semakin tinggi derajat kesamaan antarindividu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas.

Persepsi pada hakikatnya adalah merupakan proses penilaian seseorang terhadap obyek tertentu. Menurut Young (1956) persepsi merupakan aktivitas mengindera, mengintegrasikan dan memberikan penilaian pada obyek-obyek fisik maupun obyek sosial, dan penginderaan tersebut tergantung pada stimulus fisik dan stimulus sosial yang ada di lingkungannya. (Jalaludin Rahmat, 2008:76) Sensasi-sensasi dari lingkungan akan diolah bersama-sama dengan hal-hal yang telah dipelajari sebelumnya baik hal itu berupa harapan-harapan, nilai-nilai, sikap, ingatan dan lain-lain. Sedangkan menurut Wagito (1981) menyatakan bahwa persepsi merupakan proses psikologis dan hasil dari penginderaan serta proses terakhir dari kesadaran, sehingga membentuk proses berpikir.

Dengan persepsi kita dapat berinteraksi dengan dunia sekeliling kita, khususnya antar manusia. Dalam kehidupan sosial di kelas tidak lepas dari interaksi antara mahasiswa dengan mahasiswa, mahasiswa dengan dosen. Adanya interaksi antar komponen yang ada di dalam kelas menjadikan masing-masing komponen (mahasiswa dan dosen) akan saling memberi tanggapan, penilaian dan persepsinya. Adanya persepsi ini adalah penting agar dapat menumbuhkan komunikasi aktif, sehingga dapat meningkatkan kapasitas belajar di kelas.

Dalam proses persepsi individu dituntut untuk memberikan penilaian terhadap suatu obyek yang dapat bersifat positif/negatif, senang atau tidak senang dan sebagainya. Dengan adanya persepsi maka akan terbentuk sikap, yaitu suatu kecenderungan yang stabil untuk berlaku atau bertindak secara tertentu di dalam situasi yang tertentu pula (Polak, 1976).

Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita. Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang indetik dengan penyandian balik (decoding) dalam proses komunikasi.

Hasil persepsi dan pembentukan sikap itulah yang kemudian menjadi patokan dalam berkomunikasi, jika persepsi suatu kebudayaan pada suatu objek positif maka objek itu akan ditransmisikan secara positif, demikian pula apabila suatu kebudayaan dipersepsikan secara negatif maka objek itu akan dikomunikasikan pula secara negatif. Dengan kata lain, kebudayaan berfungsi juga untuk mengajarkan tata cara berkomunikasi baik komunikasi verbal maupun non verbal. Dan masing-masing kebudayaan yang dipersepsikan berbeda, akan mengajarkan tata cara komunikasi yang berbeda pula.

Istilah persepsi adalah suatu proses aktivitas seseorang dalam memberikan kesan, penilaian, pendapat, merasakan dan menginterpretasikan sesuatu berdasarkan informasi yang ditampilkan dari sumber lain (yang dipersepsi). Melalui persepsi kita dapat mengenali dunia sekitar kita, yaitu seluruh dunia yang terdiri dari benda serta manusia dengan segala kejadian-kejadiannya. (Meider, 1958). Dengan persepsi kita dapat berinteraksi dengan dunia sekeliling kita, khususnya antar manusia.

Dalam kehidupan sosial di kelas tidak lepas dari interaksi antara mahasiswa dengan mahasiswa, antara mahasiswa dengan dosen. Adanya interaksi antar komponen yang ada di dalam kelas menjadikan masing-masing komponen (mahasiswa dan dosen) akan saling memberikan tanggapan, penilaian dan persepsinya. Adanya persepsi ini adalah penting agar dapat menumbuhkan komunikasi aktif, sehingga dapat meningkatkan kapasitas belajar di kelas. Persepsi juga merupakan proses psikologis sebagai hasil penginderaan serta proses terakhir dari kesadaran, sehingga membentuk proses berpikir. Persepsi seseorang akan mempengaruhi proses belajar (minat) dan mendorong mahasiswa untuk melaksanakan sesuatu (motivasi) belajar.

B. Pengertian Persepsi

Menurut Sarlito Wirawan Sarwono (1983:89), persepsi adalah kemampuan seseorang untuk mengorganisir suatu pengamatan, kemampuan tersebut antara lain: kemampuan untuk membedakan, kemampuan untuk mengelompokkan, dan kemampuan untuk memfokuskan. Oleh karena itu seseorang bisa saja memiliki persepsi yang berbeda, walaupun objeknya sama. Sedangkan menurut Leavit (1978) yang dikutip dari Faradina, Triska (2007:8) persepsi memiliki pengertian dalam arti sempit dan arti luas. Dalam arti sempit persepsi yaitu penglihatan: bagaimana seseorang melihat sesuatu, dan dalam arti luas persepsi yaitu: pandangan atau pengertian, bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu. Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita. Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian balik (decoding) dalam proses komunikasi.

Gibson, dkk (1989) dalam buku Organisasi dan Manajemen Perilaku, Struktur, memberikan definisi persepsi adalah proses kognitif yang dipergunakan oleh individu untuk mendefinisikan dan memahami dunia

sekitarnya (terhadap objek). Gibson juga menjelaskan bahwa persepsi merupakan proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh individu. Oleh karena itu, setiap individu memberikan arti kepada stimulus secara berbeda meskipun objeknya sama. Cara individu melihat situasi seringkali lebih penting daripada situasi itu sendiri.

Sondang P. Siagian (1989) berpendapat bahwa persepsi merupakan suatu proses dimana seseorang mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan-kesan sensorisnya dalam usahanya memberikan suatu makna tertentu dalam lingkungannya. Indrajaya (1986) dalam Prasilika, Tiara H. (2007:10) berpendapat bahwa persepsi adalah proses dimana seseorang mengorganisasikan dalam pemikirannya, memanfaatkan, mengalami dan mengolah perbedaan atau segala sesuatu yang terjadi dalam lingkungannya.

Menurut Robbins (2006) persepsi adalah proses yang digunakan individu mengelola dan menafsirkan kesan indera mereka dalam rangka memberikan makna kepada lingkungan mereka. Meski demikian apa yang dipersepsikan seseorang dapat berbeda dari kenyataan yang obyektif. Sedangkan menurut Thoha (1999:123-124), persepsi pada hakekatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami setiap informasi tentang lingkungannya baik melalui penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Istilah persepsi adalah suatu proses aktivitas seseorang dalam memberikan kesan, penilaian, pendapat, merasakan dan menginterpretasikan sesuatu berdasarkan informasi yang ditampilkan dari sumber lain (yang dipersepsi).

Menurut Davidoff, persepsi adalah suatu proses yang dilalui oleh suatu stimulus yang diterima panca indera yang kemudian diorganisasikan dan diinterpretasikan sehingga individu menyadari yang diinderanya itu. Atkinson dan Hilgard mengemukakan bahwa persepsi adalah proses dimana kita menafsirkan dan mengorganisasikan pola stimulus dalam lingkungan. Sebagai cara pandang, persepsi timbul karena adanya respon terhadap stimulus. Menurut Walgito, proses terjadinya persepsi tergantung dari pengalaman masa lalu dan pendidikan yang diperoleh individu. Proses pembentukan persepsi dijelaskan oleh Feigi sebagai pemaknaan hasil pengamatan yang diawali dengan adanya stimuli. Setelah mendapat stimuli, pada tahap selanjutnya terjadi seleksi yang berinteraksi dengan interpretation, begitu juga berinteraksi dengan closure. Proses seleksi terjadi pada saat seseorang memperoleh informasi, maka akan berlangsung proses penyeleksian pesan tentang mana pesan yang dianggap penting dan tidak penting. Proses closure terjadi ketika hasil seleksi tersebut akan disusun menjadi satu kesatuan yang berurutan dan bermakna, sedangkan

interpretasi berlangsung ketika yang bersangkutan memberi tafsiran atau makna terhadap informasi tersebut secara menyeluruh.

Berikut ini merupakan beberapa definisi lain persepsi agar lebih memahami, Menurut Brian Fellows, persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisasi menerima dan menganalisis informasi. (Andrea L. Rich, 1974:17) Sedangkan menurut Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, persepsi adalah sarana yang memungkinkan kita memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungan kita. (Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, 1975:21) Begitu juga dengan pendapat Philip Goodcare dan Jennifer Follers, bahwa persepsi adalah proses mental yang digunakan untuk mengenali rangsangan. (Phillip Goodcare dan Jennifer Follers, 1987:30) Joseph A. DeVito mengemukakan bahwa persepsi adalah proses yang menjadikan kita sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita. (Joseph A. DeVito, 1997:75)

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu suatu stimulus yang diterima oleh individu melalui alat reseptor yaitu indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu dengan dunia luarnya. Persepsi merupakan stimulus yang diindera oleh individu, diorganisasikan kemudian diinterpretasikan sehingga individu menyadari dan mengerti tentang apa yang diindera. Dengan kata lain persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia. Persepsi merupakan keadaan integrated dari individu terhadap stimulus yang diterimanya. Apa yang ada dalam diri individu, pikiran, perasaan, pengalaman-pengalaman individu akan ikut aktif berpengaruh dalam proses persepsi.

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian persepsi merupakan suatu proses penginderaan, stimulus yang diterima oleh individu melalui alat indera yang kemudian diinterpretasikan sehingga individu dapat memahami dan mengerti tentang stimulus yang diterimanya tersebut. Proses menginterpretasikan stimulus ini biasanya dipengaruhi pula oleh pengalaman dan proses belajar individu.

Persepsi adalah proses internal yang kita lakukan untuk memilih, mengevaluasi dan mengorganisasikan rangsangan dari lingkungan eksternal. Dengan kata lain persepsi adalah cara kita mengubah energi – energi fisik lingkungan kita menjadi pengalaman yang bermakna. Persepsi adalah juga inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi individu, semakin mudah dan semakin sering

mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas. Persepsi meliputi:

1. **Penginderaan** (sensasi), melalui alat – alat indra kita (indra perasa, indra peraba, indra pencium, indra pengecap, dan indra pendengar). Makna pesan yang dikirimkan ke otak harus dipelajari. Semua indra itu mempunyai andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Penglihatan menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk diinterpretasikan. Pendengaran juga menyampaikan pesan verbal ke otak untuk ditafsirkan. Penciuman, sentuhan dan pengecap, terkadang memainkan peranan penting dalam komunikasi, seperti bau parfum yang menyengat, jabatan tangan yang kuat, dan rasa air garam dipantai.
2. **Atensi** atau perhatian adalah, pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi didapatkan dari penginderaan, ingatan dan, proses kognitif lainnya. Proses atensi membantu efisiensi penggunaan sumberdaya mental yang terbatas yang kemudian akan membantu kecepatan reaksi terhadap rangsang tertentu. Atensi dapat merupakan proses sadar maupun tidak sadar.
3. **Interpretasi** adalah, proses komunikasi melalui lisan atau gerakan antara dua atau lebih pembicara yang tak dapat menggunakan simbol- simbol yang sama, baik secara simultan (dikenal sebagai interpretasi simultan) atau berurutan (dikenal sebagai interpretasi berurutan).

Menurut Notoatmodjo (2005), ada banyak faktor yang akan menyebabkan stimulus masuk dalam rentang perhatian seseorang. Faktor tersebut dibagi menjadi dua bagian besar yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal adalah faktor yang melekat pada objeknya, sedangkan faktor internal adalah faktor yang terdapat pada orang yang mempersepsikan stimulus tersebut.

1. Faktor Eksternal
 - a. Kontras
Cara termudah dalam menarik perhatian adalah dengan membuat kontras baik warna, ukuran, bentuk atau gerakan.
 - b. Perubahan Intensitas
Suara yang berubah dari pelan menjadi keras, atau cahaya yang berubah dengan intensitas tinggi akan menarik perhatian seseorang.
 - c. Pengulangan (repetition)
Dengan pengulangan, walaupun pada mulanya stimulus tersebut

tidak termasuk dalam rentang perhatian kita, maka akan mendapat perhatian kita.

d. Sesuatu yang baru (novelty)

Suatu stimulus yang baru akan lebih menarik perhatian kita daripada sesuatu yang telah kita ketahui.

e. Sesuatu yang menjadi perhatian orang banyak

Suatu stimulus yang menjadi perhatian orang banyak akan menarik perhatian seseorang.

2. Faktor Internal

a. Pengalaman atau pengetahuan

Pengalaman atau pengetahuan yang dimiliki seseorang merupakan faktor yang sangat berperan dalam menginterpretasikan stimulus yang kita peroleh. Pengalaman masa lalu atau apa yang telah dipelajari akan menyebabkan terjadinya perbedaan interpretasi.

b. Harapan (expectation)

Harapan terhadap sesuatu akan mempengaruhi persepsi terhadap stimulus.

c. Kebutuhan

Kebutuhan akan menyebabkan seseorang menginterpretasikan stimulus secara berbeda. Misalnya seseorang yang mendapatkan undian sebesar 25 juta akan merasa banyak sekali jika ia hanya ingin membeli sepeda motor, tetapi ia akan merasa sangat sedikit ketika ia ingin membeli rumah.

d. Motivasi

Motivasi akan mempengaruhi persepsi seseorang. Seseorang yang termotivasi untuk menjaga kesehatannya akan menginterpretasikan rokok sebagai sesuatu yang negatif.

e. Emosi

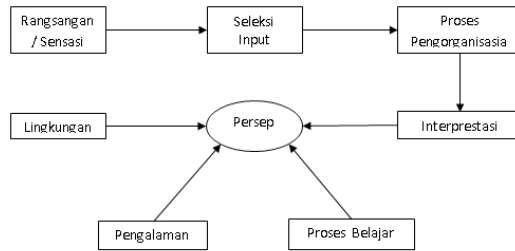
Emosi seseorang akan mempengaruhi persepsinya terhadap stimulus yang ada. Misalnya seseorang yang sedang jatuh cinta akan mempersepsikan semuanya serba indah.

f. Budaya

Seseorang dengan latar belakang budaya yang sama akan menginterpretasikan orang-orang dalam kelompoknya secara berbeda, namun akan mempersepsikan orang-orang di luar kelompoknya sebagai sama saja.

C. Proses Pembentukan Persepsi

Damayanti (2000) dalam Prasilika, Tiara H. (2007:12-13) menggambarkan proses pembentukan persepsi pada skema di bawah ini:



Gambar 5.1. Skema Pembentukan Persepsi

Proses pembentukan persepsi dimulai dengan penerimaan rangsangan dari berbagai sumber melalui panca indera yang dimiliki, setelah itu diberikan respon sesuai dengan penilaian dan pemberian arti terhadap rangsang lain. Setelah diterima rangsangan atau data yang ada diseleksi. Untuk menghemat perhatian yang digunakan rangsangan-rangsangan yang telah diterima diseleksi lagi untuk diproses pada tahapan yang lebih lanjut. Setelah diseleksi rangsangan diorganisasikan berdasarkan bentuk sesuai dengan rangsangan yang telah diterima. Setelah data diterima dan diatur, proses selanjutnya individu menafsirkan data yang diterima dengan berbagai cara. Dikatakan telah terjadi persepsi setelah data atau rangsang tersebut berhasil ditafsirkan. Sedangkan faktor-faktor fungsional yang menentukan persepsi seseorang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu, dan hal-hal lain yang dapat disebut sebagai faktor-faktor personal, yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberi respon terhadap stimuli (Rakhmat, 1998). Sejalan dengan hal tersebut, maka persepsi seseorang ditentukan oleh dua faktor utama yaitu pengalaman masa lalu dan faktor pribadi (Sugiharto, 2001).

D. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembentukan Persepsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pada dasarnya dibagi menjadi 2 yaitu:

1. Faktor Internal

Faktor Internal yang mempengaruhi persepsi, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu, yang mencakup beberapa hal antara lain :

- Fisiologis.

Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya. Kapasitas

indera untuk mempersepsi pada tiap orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.

- **Perhatian.**

Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu obyek. Energi tiap orang berbeda-beda sehingga perhatian seseorang terhadap obyek juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu obyek.

- **Minat.**

Persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau perceptual vigilance yang digerakkan untuk mempersepsi. Perceptual vigilance merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.

- **Kebutuhan yang searah.**

Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.

- **Pengalaman dan ingatan.**

Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsang dalam pengertian luas.

- **Suasana hati.**

Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi dan mengingat.

2. Faktor Eksternal

Faktor Eksternal yang mempengaruhi persepsi, merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlibat di dalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya. Adapun faktor – faktor tersebut adalah:

- **Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus.**

Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada

gilirannya membentuk persepsi.

- Warna dari obyek-obyek.

Obyek-obyek yang mempunyai cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (to be perceived) dibandingkan dengan yang sedikit.

- Keunikan dan kontrasan stimulus.

Stimulus luar yang penampilannya dengan latarbelakang dan sekelilingnya yang sama sekali di luar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.

- Intensitas dan kekuatan dari stimulus.

Stimulus dari luar akan memberi makna lebih bila lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi.

- Motion atau gerakan.

Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam.

E. Persepsi terhadap Lingkungan Fisik

Diri kita sering sekali terkecoh dengan persepsi dari diri kita sendiri itulah yang disebut dengan ilusi perceptual. Kita merasakan bahwa dunia berbentuk datar, padahal dunia berbentuk bulat. Dalam mempersepsi lingkungan fisik, kita terkadang melakukan kekeliruan, karena tidak kita sadari bahwa indera kita tidak jarang menipu diri kita sendiri. Contohnya, tongkat lurus yang dimasukkan ke dalam bak air tampak bengkok.

Kondisi mempengaruhi pandangan kita terhadap suatu benda, ketika langit biru dan udara panas, kita “melihat” suatu benda yang tidak cocok dengan tempatnya seperti “air kolam bercahaya” di tengah jalan. Untuk menguji bahwa indera kita tidak sepakat akan suatu hal, kita dapat meminta sekelompok orang untuk menilai bau benda-benda berikut ini; cat, bawang merah, terasi, durian dan ikan asin goreng. Mintalah kepada mereka untuk mendaftar bau benda-benda tersebut berdasarkan intensitasnya; dari bau yang paling kuat, hingga bau yang paling lemah, dan berdasarkan kualitas bau tersebut, dari bau yang paling menyenangkan, hingga bau yang paling tidak menyenangkan.

Anda tidak perlu heran bila ternyata orang-orang tersebut mempersepsi bau benda-benda itu secara berbeda. Karena kemampuan orang berbeda-beda dalam mengindra lingkungannya, karena mereka juga berbeda secara genetis, berbeda pengalaman dan pembelajaran, atau karena

sebagian alat inderanya kurang berfungsi. Latar belakang pengalaman, budaya dan suasana psikologis yang berbeda juga membuat persepsi kita berbeda atau suatu objek.

F. Persepsi Sosial

Persepsi social adalah proses menangkap arti objek-objek social dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Lindzey & Aronson berpendapat bahwa persepsi sosial merupakan suatu proses yang terjadi dalam diri seseorang yang bertujuan untuk mengetahui, menginterpretasi, dan mengevaluasi orang lain yang dipersepsi, baik mengenai sifatnya, kualitasnya, ataupun keadaan lain yang ada dalam diri orang yang dipersepsi sehingga terbentuk gambaran mengenai orang lain sebagai objek persepsi tersebut. Menurut R.D. Laing, “manusia selalu memikirkan orang lain dan apa yang orang lain pikirkan tentang dirinya, dan apa yang orang lain pikirkan mengenai apa yang ia pikirkan mengenai orang lain tersebut”. Ada dua pandangan mengenai proses persepsi , yaitu:

1. Persepsi sosial, berlangsung cepat dan otomatis tanpa banyak pertimbangan orang membuat kesimpulan tentang orang lain dengan cepat berdasarkan penampilan fisik dan perhatian sekilas.
2. Persepsi sosial, adalah sebuah proses yang kompleks, orang mengamati perilaku orang lain dengan teliti hingga di peroleh analisis secara lengkap terhadap person, situasional, dan behaviour.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi suatu proses aktif timbulnya kesadaran dengan segera terhadap suatu obyek yang merupakan faktor internal serta eksternal individu meliputi keberadaan objek, kejadian dan orang lain melalui pemberian nilai terhadap objek tersebut. Menurut Brehm dan Kassin (1989), persepsi sosial adalah penilaian penilaian yang terjadi dalam upaya manusia memahami orang lain. Tentu saja sangat penting, namun bukan tugas yang mudah bagi setiap orang. Tinggi, berat, bentuk tubuh, warna kulit, warna rambut, dan warna lensa mata, adalah beberapa hal yang mempengaruhi persepsi sosial. Contohnya di Amerika Serikat, wanita berambut pirang dinilai sebagai seorang yang hangat dan menyenangkan.

Brems & Kassin mengatakan bahwa persepsi sosial memiliki beberapa elemen, yaitu:

1. Person, yaitu orang yang menilai orang lain.
2. Situasional, urutan kejadian yang terbentuk berdasarkan pengalaman orang untuk menilai sesuatu.
3. Behavior, yaitu sesuatu yang di lakukan oleh orang lain.

Elemen perilaku adalah mengidentifikasi perilaku yang diproduksi oleh aktivitas seseorang. Perilaku membutuhkan bukti – bukti yang dapat diamati. Ketajaman pengamatan seseorang menentukan persepsi sosial yang dibentuknya berdasarkan gejala – gejala perilaku orang lain. Orang mengandalkan perilaku nonverbal untuk menguatkan penilaiannya, namun sering kali hasilnya kurang akurat. Masalahnya terletak pada terlalu banyak perhatian yang ditujukan pada kata-kata dan ekspresi wajah. Tombol komunikasi sepenuhnya berada di bawah kendali orang yang dinilai, sehingga ia dapat mengatur kata-kata dan ekspresinya. Namun isyarat bahasa tubuh dan perubahan intonasi suara adalah petunjuk yang sangat berharga dalam proses persepsi sosial bersumber pada elemen perilaku.

Penelitian membuktikan persepsi sosial yang kita lakukan dalam upaya membangun relasi interpersonal sering cukup akurat, namun tidak selalu demikian. Dalam hal inilah perlu dilakukan pengasahan mendalam agar kita dapat lebih tajam menilai orang lain. Setiap orang memiliki gambaran berbeda mengenai realitas disekelilingnya. Beberapa prinsip penting mengenai persepsi sosial yang menjadi pembenaran atas perbedaan persepsi sosial ini adalah sebagai berikut:

1. Persepsi Berdasarkan Pengalaman

Pola perilaku manusia berdasarkan persepsi mereka mengenai realitas (sosial) yang telah dipelajari. Persepsi manusia terhadap seseorang, objek, atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman (dan pembelajaran) masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek atau kejadian serupa. Cara kita bekerja dan menilai pekerjaan apa yang baik bagi kita, cara kita makan dan menilai makanan apa yang lezat bagi kita, sangat bergantung pada apa yang telah diajarkan budaya kita mengenai hal-hal itu.

Contohnya: seorang Barat yang terbiasa makan dengan sendok, garpu, dan pisau akan menganggap orang Timur yang makan dengan tangan sebagai “jorok”, meskipun alat-alat makan yang mereka gunakan sudah sering digunakan orang lain, sementara orang Timur selalu menggunakan tangannya sendiri yang belum pernah digunakan orang lain. Di Barat umumnya, juga disebagian besar di wilayah Indonesia, bersendawa ketika atau setelah makan adalah perilaku yang tidak sopan, bahkan di Swedia seorang tamu yang bersendawa seusai makan dapat membuat nyonya rumah pingsan, sementara di Arab, China, Jepang dan Fiji, juga Aceh dan di Sumatera Barat, bersendawa malah dianjurkan, karena hal itu

menandakan penerimaan makanan dan kepuasan makanan. Ketiadaan pengalaman terdahulu dalam menghadapi suatu objek jelas akan membuat seseorang menafsirkan objek tersebut berdasarkan dugaan semata, atau pengalaman yang mirip. Oleh karena kita terbiasa merespon suatu objek yang sama dalam suatu objek yang lain yang mirip. Contoh: seorang anggota suku primitive dipedalaman Afrika yang belum pernah mengetahui televisi, kemungkinan besar akan menganggapnya sebagai sihir.

Berikut adalah beberapa contoh nyata yang melukiskan bagaimana persepsi manusia yang terlazimkan oleh pengalaman sendiri diuji dalam pengalaman orang (budaya) lain: saat mengunjungi teman-teman disini, kami mahasiswa Malaysia sering disuguhi air putih. Hal ini membingungkan kami. Hal pertama yang terlintas dalam pikiran adalah tuan rumah kehabisan Gula. Tapi lama kelamaan kami mengerti bahwa begitulah cara mereka menerima kami. Kalau di Malaysia, tamu yang datang pasti disuguhi air the manis (minimal) dan makanan. Suguhan air putih, seperti yang dilakukan disini dianggap kurang ajar dan tidak menghormati tamu di Malaysia.

Oleh karena kita terbiasa merespon suatu objek dengan cara tertentu, kita sering gagal mempersepsi perbedaan yang samar dalam objek lain yang mirip. Kita memperlakukan objek itu seperti sebelumnya, padahal terdapat rincian lain dalam objek tersebut.

2. Persepsi Bersifat Selektif

Atensi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti:

- a. Faktor-faktor internal; ada faktor biologis (lapar, haus, dsb); factor fisiologis; dan factor-faktor social budaya seperti Gender, agama, tingkat pendidikan, pekerjaan penghasilan, peranan, pengalaman masa lalu, kebiasaan dan bahkan factor-faktor psikologis seperti kemauan, keinginan, motivasi, pengharapan, kemarahan, kesedihan dsb.

Semakin besar perbedaan aspek – aspek tersebut secara antar individu, semakin besar perbedaan persepsi mereka mengenai realitas. Pendek kata, setiap orang akan memperhatikan aspek berbeda dari objek yang mereka temui, sesuai dengan pengalaman masa lalu, keahlian dan minatnya masing – masing. Persepsi manusia juga dipengaruhi oleh pengharapan (expectation). Bila orang telah belajar mengharapkan sesuatu, untuk terjadi mereka akan mempersepsi informasi yang menunjukkan pada mereka bahwa apa yang mereka harapkan

telah terjadi. Mereka tidak akan memperhatikan informasi yang menunjukkan pada mereka bahwa pengharapan mereka tidak terpenuhi. Emosi kita jelas mempengaruhi persepsi kita. Dalam keadaan bahagia, kita cenderung lebih ramah pada orang lain, namun dalam keadaan kesal, kita cenderung mudah tersinggung atau bahkan marah oleh perkara-perkara remeh yang ditimbulkan orang lain.

- b. Faktor Eksternal yang mempengaruhi atensi diantaranya yaitu: atribut-atribut objek yang dipersepsi seperti gerakan, intensitas, kontras, kebaruan dan perulangan objek yang dipersepsi.

3. Persepsi Bersifat Dugaan

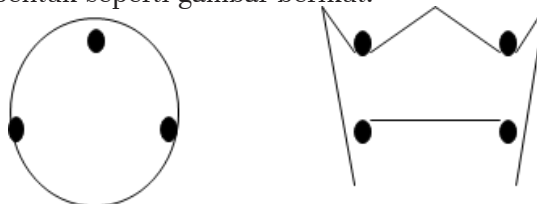
Proses persepsi yang bersifat dugaan itu memungkinkan kita menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari suatu sudut pandang manapun. Oleh karena informasi yang lengkap tidak pernah tersedia, dugaan diperlukan untuk membuat kesimpulan berdasarkan informasi yang tidak lengkap lewat penginderaan itu. Pelajaran dari pengalaman berguna untuk menyadari asumsi yang melandasi persepsi kita terhadap suatu objek, orang atau masalah. Asumsi-kita akan sulit melakukan komunikasi yang berhasil.

Contoh:



Gambar 5.2. Segitiga dan Segiempat

Kebanyakan orang menggambar segitiga dan segi empat berlandaskan ketiga titik dan ke empat titik diatas. Persepsi mereka begitu terbatas. Begitu mereka melihat ketiga titik dan ke empat titik itu, seolah-olah mereka sudah melihat garis-garis yang secara langsung menghubungkan ketiga titik pada kasus pertama dan menghubungkan keempat titik pada kasus kedua sehingga terbentuklah segitiga dan segiempat. Mengapa mereka tidak melihat bentuk-bentuk seperti gambar berikut.



Gambar 5.3. Garis Segitiga dan Segiempat

Persepsi adalah proses yang cepat sekali. Anda hanya merasa bahwa bentuk paling tepat bagi ketiga titik dan ke empat titik itu adalah segitiga dan segi empat. Padahal, alternative jawabannya tidak terbatas. Sekali lagi, inilah kecenderungan kita untuk mengisi kesenjangan dalam informasi yang tidak utuh dan yang kita lakukan sebenarnya adalah sekedar menduga.

4. Persepsi Bersifat Evaluatif

Kebanyakan orang menjalani hari-hari mereka dengan perasaan bahwa apa yang mereka persepsi adalah nyata. Mereka pikir bahwa menerima pesan dan menafsirkannya sebagai proses yang alamiah. Hingga derajat tertentu asumsi itu benar. Akan tetapi, terkadang alat-alat indera dan persepsi kita menipu kita sehingga kita juga ragu seberapa dekat persepsi kita dengan realitas yang sebenarnya. Anda melakukan interpretasi berdasarkan pengalaman masa lalu dan kepentingan anda. Persepsi adalah proses kognitif psikologis dalam diri anda yang mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai dan pengharapan untuk memaknai objek persepsi. Jadi, persepsi bersifat pribadi dan subjektif. Menurut Andrea. L. Rich “persepsi pada dasarnya mewakili keadaan fisik dan psikologis individu, alih-alih menunjukkan karakteristik dan kualitas mutlak objek yang dipersepsi”.

Menurut Carl Rogers “Individu bereaksi terhadap dunianya yang ia alami dan menafsirkannya dan dengan demikian dunia perpepsual ini bagi individu tersebut adalah realitas. Menurut Rogers, kita tidak bereaksi terhadap realitas mutlak melainkan terhadap persepsi kita mengenai realitas tersebut. Kita hidup dengan peta perpepsual yang tidak pernah merupakan realitas itu sendiri. Menurut Steve Duck “Realitas tidak dapat dipersepsi tanpa melalui suatu proses unik dan alasan sangat pribadi untuk bertindak dalam suatu hubungan social. Menurut Harry Helson mengatakan bahwa kita menilai rangsangan berdasarkan skala pribadi atau subjektif. Ketika kita menilai kemampuan bergaul (sosiabilitas) orang lain, kita menggunakan ukuran sosiabilitas orang-orang yang kita kenal untuk mencapai apa yang Helson sebut tingkat adaptasi. Orang-orang yang kualitas keramahan, kesopanan, dan keluwesannya diatas tingkat adaptasi ini kita nilai sebagai pandai bergaul; mereka yang perilakunya dibawah tingkat adaptasi ini, kita nilai sebagai kurang pergaulan.

5. Persepsi Bersifat Kontekstual

Rangsangan dari luar harus diorganisasikan. Dari semua pengaruh dalam persepsi kita, konteks merupakan salah satu pengaruh paling kuat. Ketika kita melihat seseorang, suatu objek atau suatu kejadian, konteks rangsangan sangat mempengaruhi struktur kognitif, pengharapan dan oleh karenanya juga persepsi kita. Seorang pemain basket yang tampak seperti raksasa di antara orang-orang yang punya tinggi badan rata-rata akan tampak normal juga diantara anggota-anggota timnya yang rata-rata berbadan tinggi. Bila prinsip ini diterapkan dalam komunikasi, maka tidak ada interpretasi atas suatu pesan, baik verbal ataupun nonverbal, dan tidak ada makna dari suatu hubungan yang dapat diperoleh tanpa menempatkannya dalam suatu konteks dan mengkonstruksi suatu pola interaksi. Ketiadaan pola berarti ketiadaan makna atau berarti kebingungan karena terlalu banyak makna. Interpretasi makna dalam konteksnya adalah factor penting dalam memahami komunikasi dan hubungan sosial. Dalam mengorganisasikan objek, yakni meletakkannya dalam suatu konteks tertentu. Kita menggunakan prinsip-prinsip berikut:

- a. Prinsip Pertama; struktur objek atau kejadian berdasarkan prinsip kemiripan atau kedekatan dan kelengkapan.

Kecenderungan ini tampaknya bersifat bawaan. Secara lebih spesifik, kita cenderung mempersepsi rangsangan yang terpisah sebagai berhubungan sejauh rangsangan-rangsangan itu berdekatan satu sama lainnya, baik dekat secara fisik ataupun dalam urutan waktu, serta mirip dalam bentuk, ukuran, warna, atau atribut lainnya. Jadi, ketika anda melihat sekelompok orang, bergantung pada kerangka rujukan yang anda gunakan. Anda dapat mengorganisasikan orang-orang itu berdasarkan jenis kelaminnya, usianya, atau sukunya. Selain mengorganisasikan data berdasarkan kedekatan dan kemiripan, kita cenderung “mengisi kesenjangan” dan mempersepsi rangsangan atau pola yang tidak lengkap sebagai lengkap.

Maka, dalam konteks penerimaan pesan, kita cenderung melengkapi pesan yang tidak lengkap dengan bagian-bagian (dugaan-dugaan) yang terkesan logis untuk melengkapi pesan tersebut. Kecenderungan ini kuat sekali. Rasanya tidaklah mungkin bagi kita untuk tidak mempersepsi lingkungan fisik dan social kita dengan cara seperti ini. Ini memperteguh prinsip persepsi terdahulu bahwa persepsi kita adalah dugaan.

- b. Prinsip Kedua; kita cenderung mempersepsi suatu rangsangan atau kejadian yang terdiri dari objek dan latar belakangnya. Dalam kehidupan sehari-hari pun kita biasa membuat perbedaan antara figur (fokus) dan latarnya, seperti ketika kita menyaksikan gedung pencakar langit dengan latar bangunan-bangunan kecil di sekitarnya, langit di belakang dan di atasnya; sebuah tempat pengeboran minyak di laut lepas dengan latar air dan langit; atau seorang penyanyi yang sedang beraksi di panggung dengan latar para pemain band yang mengiringinya.

Berapa banyak anda menemukan wajah manusia dalam gambar ini ?



Gambar apa yang anda lihat?



Gambar 5.4. Contoh Persepsi Wajah

G. Budaya dan Persepsi

Faktor – faktor internal bukan saja mempengaruhi atensi sebagai salah satu aspek persepsi, tetapi juga mempengaruhi persepsi kita secara keseluruhan, terutama penafsiran atas suatu rangsangan. Agama, ideologi, tingkat ekonomi, pekerjaan, dan cita rasa sebagai faktor – faktor internal jelas mempengaruhi persepsi seseorang terhadap realitas. Dengan demikian persepsi itu terkait oleh budaya (culture - bound). Kelompok – kelompok budaya boleh jadi berbeda dalam mempersepsikan sesuatu. Orang Jepang berpandangan bahwa kegemaran berbicara adalah kedangkalan, sedangkan orang Amerika berpandangan bahwa mengutarakan pendapat secara terbuka adalah hal yang baik.

Larry A. Samovar dan Richard E. Porter mengemukakan 6 unsur budaya yang secara langsung mempegaruhi persepsi kita ketika kita berkomunikasi dengan orang dari budaya lain, yakni :

1. Kepercayaan (beliefs), nilai (values), sikap (attitude)
2. Pandangan dunia (world view)
3. Organisasi sosial (sozial organization)
4. Tabiat manusia (human nature)
5. Orientasi kegiatan (activity orientation)
6. Persepsi tentang diri dan orang lain (perception of self and other)

1.Kepercayaan, Nilai dan Sikap

Kepercayaan adalah anggapan subjektif bahwa suatu objek atau peristiwa mempunyai ciri atau nilai tertentu dengan atau tanpa bukti. Misalnya kita semua percaya bahwa Tuhan itu Esa.

Nilai adalah komponen evaluatif dari kepercayaan kita mencakup kegunaan, kebaikan, estetika, dan kepuasan. Nilai bersifat normative, memberi tahu suatu anggota budaya mengenai apa yang baik dan buruk, benar dan salah, siapa yang harus dibela, apa yang harus diperjuangkan, apa yang mesti kita takuti,dsb. Nilai biasanya bersumber dari isu filosofis yang lebih besar yang merupakan bagian dari lingkungan budaya karena nilai bersifat stabil dan sulit dirubah. Contohnya, mereka yang bersifat individualis, orang - orang barat lebih mengagung – agungkan privasi ketimbang orang timur.

Contoh dari kepercayaan, nilai dan sikap atas persepsi manusia terhadap budaya, misalnya mengenai tanah. Bagi pengusaha kapitalis tanah merupakan aset yang bernilai uang, yang dapat dikelola dan diperjualbelikan, sehingga mendapatkan keuntungan yang sebesar – besarnya. Namun bagi sebagian

warga masyarakat, tanah merupakan kenang - kenangan atau merupakan peninggalan bersejarah dari orang tua atau leluhur yang tidak akan mungkin dijual dengan harga berapapun.

2. Pandangan Dunia

Pandangan dunia adalah orientasi budaya terhadap Tuhan, kehidupan, kematian, alam semesta, kebenaran, kekayaan, dan isu – isu filosofis lainnya yang berkaitan dengan kehidupan. Pandangan dunia mencakup ideologi dan agama. Masing – masing agama memiliki konsep Ketuhanan dan Kenabian yang berbeda. Ideologi – ideologi berbeda juga, mempunyai konsep hubungan dengan manusia. Pandangan dunia merupakan unsur penting yang mempengaruhi persepsi seseorang ketika berkomunikasi dengan orang lain khususnya yang berbeda budaya.

Contohnya sebagai berikut.:

Islam punya pandangan bahwa manusia adalah khalifah, yaitu wakil Tuhan di Bumi, mereka berhak mengolah dan memanfaatkan alam dengan sebaik – baiknya dan sesuai aturan yang ditetapkan oleh Tuhan.

Contoh yang lain yaitu mengenai pandangan Barat, menurut penduduk asli amerika yaitu suku indian Cheyen dan Nagayo, manusia itu selaras dengan alam. Mereka berupaya menjaga keselarasan antar dirinya dengan alam dan tidak berpikiran untuk menguasai atau menaklukkannya. Jadi Pandangan dunia akan mewarnai persepsi kita atas sekeliling kita.

3. Organisasi Sosial

Organisasi informal atau formal yang akan kita pilih, itu sangat menentukan perilaku kita dalam mempresepsi dunia dan kehidupan ini. Peraturan baik tertulis ataupun tidak tertulis yang di buat oleh keluarga kita tentu saja sangat mempengaruhi perilaku kita, seperti contohnya cara berkomunikasi. Selain keluarga, lembaga pendidikan atau sekolah juga sangat mempengaruhi perilaku kita dan juga seperti komunitas – komunitas lain seperti komunitas etnik yaitu suku Bugis, Batak, Makasar, Jawa, dsb.

Sebagai anggota kelompok, peran kita terhadap kelompok tersebut apakah itu sebagai pimpinan atau hanya sekedar anggota, serta reputasi dan norma-norma yang kita anut itu sangat mempengaruhi persepsi kita terhadap kelompok lain dalam komunitas tersebut. Contoh lain yaitu keanggotaan kita terhadap partai politik juga mempengaruhi kita dalam realitas

kemasyarakatan. Misi partai cenderung sangat mempengaruhi kita dalam pergaulan dan topik apa yang sedang kita bahas. Misalnya orang - orang PDI Perjuangan cenderung memiliki hubungan dengan masyarakat kelas bawah. Sementara Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) cenderung memiliki hubungan dengan kalangan pesantren. Loyalitas terhadap partai politik dapat sedemikian kuat, terkadang membabi buta, sehingga tidak jarang menimbulkan konflik diantara orang - orang yang berbeda partai politik.

Keadaan dalam kelas sosial sangat mempengaruhi komunitas kita. Kelas atas cenderung bergaul dengan kelas atas lagi, sedangkan kelas bawah cenderung bergaul dengan kelas bawah pula. Persepsi mereka terhadap realitas tentunya akan berbeda pula. Berdasarkan penelitian, ditemukan misalnya anak yang berasal dari keluarga kurang mampu cenderung lebih - lebihkan ukuran koin dari pada anak - anak dari keluarga kaya ketika mereka diminta mengukur benda itu. Hampir dapat dipastikan bahwa penilaian orang yang kurang mampu terhadap sejumlah uang misalnya Rp. 1.000.000 sebuah rumah di real estate, atau sebuah sedan, lebih tinggi dari pada penilaian orang kaya., maksudnya disini, orang kaya yang mungkin sudah terlalu sering memegang uang dengan jumlah nominal yang sangat besar, menganggap bahwa uang senilai Rp 1.000.000 itu tidak ada artinya, bisa dihabiskan dalam waktu sekejap, sedangkan pemikiran orang - orang yang kurang mampu, yang sama sekali tidak pernah memegang uang sebanyak itu akan berpikiran seadanya, mereka pikir uang satu juta bisa untuk beli mobil, padahal sama sekali tidak bisa.

4. Tabiat Manusia

Tabiat manusia adalah watak, budi pekerti atau perbuatan yang selalu dilakukan oleh manusia. Pandangan kita terhadap diri sendiri itu sangat berpengaruh dengan cara kita mempersepsikan lingkungan fisik dan sosial. Misalnya menurut kaum Muslim berpandangan bahwa manusia adalah makhluk Tuhan yang paling tinggi derajat dan kemuliaannya dibandingkan dengan hewan serta Makhluk ciptaan Tuhan yang lain, akan tetapi manusia bisa menjadi lebih rendah lagi daripada hewan apabila ia hanya menuruti hawa nafsu mereka. Kaum muslim juga berpendapat bahwa manusia lahir dalam keadaan suci, kan tetapi sebagian kelompok lain mempunyai tanggapan yang berbeda, salah satunya menyebutkan bahwa manusia dilahirkan

dengan sifat dasar memang sudah baik atau bahkan sudah jahat. Kelompok - kelompok manusia memiliki pendapat yang berbeda - beda mengenai apa yang membuat manusia memiliki watak tertentu. Pandangan mereka mengenai hal ini jelas sangat mempengaruhi persepsi mereka dari pandangan yang primitif - irasional, misalnya ada kekuatan di luar diri manusia yang mengendalikan banyak pikiran mereka seperti apa yang mereka percayai.

5. Orientasi Kegiatan

Orientasi kegiatan merupakan pandangan kita terhadap suatu kegiatan atau aktivitas yang kita kerjakan juga terhadap orang lain. Dalam budaya Timur, siapa seseorang itu, apakah seorang raja, anak pejabat atau keturunan ningrat, bergelar itu lebih penting daripada apa yang dia lakukan. Sedangkan budaya barat, apapun gelar yang disandang seseorang tidaklah penting, yang lebih penting adalah prestasi apa yang telah ia buat. Di zaman sekarang ini banyak sekali orang - orang yang dengan mudahnya mendapatkan gelar sesuai dengan keinginan mereka, apa itu sarjana, doktor dan sebagainya.

6. Persepsi tentang Diri dan Orang Lain

Masyarakat timur pada umumnya adalah masyarakat kolektivis. Dalam budaya kolektivis, diri (self) tidak bersifat unik atau otonom, melainkan lebur dalam kelompok kerja, suku, bangsa dan sebagainya. Sementara diri dalam budaya individualis (barat) bersifat otonom.

Keberhasilan individu adalah keberhasilan kelompok dan kegagalan individu juga adalah kegagalan kelompok. Identifikasi yang kuat dengan kelompok, manusia kolektivis sangat peduli dengan peristiwa - peristiwa yang menyangkut kelompoknya.

Berbeda dengan manusia individualis yang hanya merasa wajib membantu keluarga langsungnya, dalam masyarakat kolektif orang merasa wajib membantu keluarga luas, kerabat jauh, bahkan teman sekampung, dengan mencarikan pekerjaan, meskipun pekerjaan itu tidak sesuai dengan keahliannya. Dalam masyarakat kolektif tidaklah diterima bila seorang anggota lainnya kekurangan. Si kaya merasa wajib membantu si miskin dengan memberinya perhatian, waktu, uang, dan pekerjaan yang dapat mendatangkan penghasilan. Salah satu bangsa yang paling kolektif adalah jepang, lebih kolektif dari pada bangsa kita. Begitu tinggi semangat kolektivisnnya, sehingga mereka lebih lazim menggunakan nama keluarga dari pada nama

pertamanya sendiri. Didalam kelompok ini tidak ada satu orang pun yang berani menonjolkan dirinya sendiri. Penghargaan atau bonus diberikan kepada kelompok bukan kepada individu. Mereka akan mengambil keputusan berdasarkan konsensus. Masyarakat kolektif senang saling berkunjung dan berkumpul bersama.

Di negeri ini, nilai tersebut telah tercermin dalam konsep gotong royong dan musyawarah. Dalam pribahasa jawa, "mangan ora mangan asal kumpul" dalam budaya sunda "bongkok ngaronjok bengkung ngariung."

Masyarakat kolektif mempunyai konsep yang berbeda tentang diri dan hubungannya dengan orang lain, mereka memenuhi kesulitan dalam berkomunikasi dengan orang dari budaya individualis. Mereka mengharapkan hubungan persahabatan yang langgeng, sementara manusia individualis tidak terbiasa dengan demikian. Dalam pandangan orang individualis, mereka tampak kekanak – kanakan dan serba bergantung ketika bergaul dengan orang individualis yang merasa mandiri.

Orang individualis kurang terikat pada kelompoknya, termaksud dalam hubungan horizontal dari pada hubungan vertikal. Mereka lebih menggunakan prestasi pribadi dari pada askripsi. Seperti jenis kelamin, usia, nama keluarga dll.

Hubungan diantara sesama mereka sendiri tampak lebih dangkal dibandingkan dengan hubungan antara orang - orang kolektif, juga lebih kalkulatif. Hubungan akan bertahan lama sejauh menguntungkan mereka secara material. Orang - orang kolektif cenderung membentuk kelompok–kelompok, sedangkan orang - orang individualis secara individu. Kegemaran berkelompok ini membuat mereka sulit beradaptasi dengan lingkungan yang individualis.

H. Kekeliruan dan Kegagalan Persepsi

Persepsi kita sering tidak cermat salah satu penyebab adalah asumsi atau pengharapan kita. Kita mempersepsi sesuatu atau seseorang sesuai dengan pengharapan kita.

1. Kesalahan Atribusi

Atribusi adalah proses internal dalam diri kita untuk memahami penyebab perilaku orang lain. Dalam usaha mengetahui orang lain, kita menggunakan beberapa sumber informasi. Misalnya, kita mengamati penampilan fisik mereka. Faktor seperti usia, gaya pakaian dan gaya tarik dapat memberikan isyarat mengenai sifat – sifat.

Sering juga kita menjadikan perilaku orang sebagai sumber informasi mengenai sifat - sifat mereka. Kita mengamati perilaku luar mereka, dan kemudian menduga sifat, motif atau tujuan mereka berdasarkan perilaku tersebut. Akan tetapi, cara ini juga tidak selalu membawa hasil. Orang bisa saja sengaja menyesatkan kita. Mereka berusaha menyembunyikan sifat - sifat asli mereka dihadapan kita. Lagi pula perilaku mereka boleh jadi karena pengaruh eksternal, bukan perilaku yang sifatnya konsisten.

Orang yang tampak rajin bekerja boleh jadi bukan karena sifatnya yang rajin, melainkan karena selalu diawasi atasannya. Kita akan lebih yakin akan sifat seseorang bila sifat itu teruji oleh waktu dan situasi. Seseorang akan kita yakini sebagai rajin, bila memang ia tetap rajin bekerja dari waktu ke waktu, dan dalam segala situasi, tidak peduli apakah atasan mengawasinya atau tidak.

Kesalahan atribusi bisa terjadi ketika kita salah menafsirkan makna pesan atau maksud perilaku si pembicara. Atribusi kita juga keliru bila kita menyenangkan bahwa perilaku seseorang disebabkan oleh faktor internal, padahal justru faktor eksternal lah yang menyebabkannya, atau sebaliknya kita menduga faktor eksternal yang menggerakkan seseorang, padahal faktor internal-lah yang membangkitkan perilakunya.

Perilaku yang khas dan konsisten biasanya dibangkitkan oleh faktor internal, misalnya, kepribadian (sifat rajin, keinginan keahliannya). Namun bila perilaku seseorang itu kurang konsisten, kemungkinan besar perilaku itu digerakkan oleh faktor eksternal.

Misalnya, gaji yang tinggi, bonus, keinginan untuk diperhatikan atau dipuji, dan sebagainya. Perilaku orang didorong oleh faktor internal dan faktor eksternal sekaligus. Dari perspektif kita sendiri, kita cenderung mempersepsi perilaku kita berdasarkan faktor – faktor (faktor internal), sementara mempersepsi perilaku kita berdasarkan faktor – faktor situasional (eksternal).

Salah satu sumber kesalahan atribusi adalah pesan yang dipersepsi tidak utuh atau tidak lengkap, sehingga kita berusaha menafsirkan pesan tersebut dengan menafsirkan sendiri kekurangannya, atau mengisi kesenjangan dan mempersepsi rangsangan atau pola yang tidak lengkap itu sebagai lengkap.

2. Efek Halo

Kesalahan persepsi yang disebut efek halo (halo effects) merujuk pada fakta bahwa begitu kita membentuk ini cenderung menimbulkan efek yang kuat atas penilaian kita akan sifat – sifatnya yang spesifik.

Efek Halo ini memang lazim dan berpengaruh kuat pada diri kita dalam menilai orang lain. Bila kita terkesan oleh seseorang karena kepemimpinannya atau keahliannya dalam suatu bidang, kita cenderung memperluas kesan awal kita. Bila ia baik dalam satu hal, seolah – olah ia pun baik dalam hal lain.

Pengaruh “Efek Kepriman” (primacy effects) itu begitu kuat dalam anak kita hari pertama disekolah atau kantor, cinta pertama, anak pertama, malam pertama.

Sering dianggap paling penting dan paling berkesan dari yang lain-lainnya. Kita umumnya tidak pernah melupakan orang yang pertama kali mencuri hati kita, apalagi bila ia kemudian menyakiti hati kita, seseorang wanita yang pertama kalinya jatuh cinta dan kemudian dikhianati oleh pacarnya dapat terkena efek halo, atau kesan pertama yang menyesatkan ini. Ia kemudian berpendapat bahwa semua lelaki adalah pengkhianat, sehingga ia bersumpah untuk tidak jatuh cinta lagi dan tidak menikah dengan lelaki manapun hingga akhir hayatnya.

Terkadang, kesan awal kita yang positif atas penampilan fisik seseorang sering mempengaruhi persepsi kita akan prospek hidupnya. Misalnya, orang yang berpenampilan lebih menarik dianggap berpeluang lebih besar dalam hidupnya (karier, perkawinan, dan sebagainya). Orang yang cantik dianggap punya sifat - sifat baik, sehingga kalau kita menyenangi orang tersebut, kita cenderung mengabaikan sifat - sifat jeleknya, atau lebih memaafkannya. Sebaliknya orang yang penampilan fisiknya buruk sering kita persepsi sebagai orang yang lebih mungkin untuk berbuat jahat.

3. Stereotip

Kesulitan komunikasi akan muncul dari penstereotipan, yakni menggeneralisaikan orang – orang berdasarkan sedikit informasi dan membentuk asumsi mengenai mereka berdasarkan keanggotaan mereka dalam suatu kelompok.

Penstereotipan adalah proses menempatkan orang – orang dan objek keliruan dalam kategori – kategori yang mapan, atau penilaian mengenai orang – orang atau objek – objek berdasarkan kategori – kategori yang dianggap sesuai, ketimbang berdasarkan karakteristik individualisme mereka.

Samovar dan Richard E. Porter mendefinisikan stereotip sebagai persepsi atau kepercayaan yang kita anut mengenai kelompok – kelompok atau individu – individu berdasarkan pendapat dan sikap

yang lebih dulu terbentuk.

Robert A. Baron dan Paul B. Paulus, stereotip adalah kepercayaan hampir selalu salah bahwa semua anggota suatu kelompok tertentu memiliki ciri – ciri tertentu atau menunjukkan perilaku – perilaku tertentu.

Stereotip adalah kategorisasi atas suatu kelompok secara serampangan dengan mengabaikan perbedaan-perbedaan individual. Kelompok disini mencakup kelompok ras, kelompok etnik, kaum tua, berbagai pekerjaan dan profesi atau orang dengan penampilan fisik tertentu.

Alfred Schutz menekankan pentingnya pengkategorian orang in dalam pengalaman kita sehari hari. Seorang individu menggunakan suatu jaringan tipikasi. Tipikasi atas individu manusia, atas pola tindakan mereka, atas motif dan tujuan mereka atau produk sosiobudaya yang bersumber dari tindakan mereka. Tipe tipe ini terutama dibentuk oleh orang orang lain, pendahulunya atau orang orang yang sezaman dengannya, sebagai alat yang layak untuk menyesuaikan diri dengan segala hal dan manusia, diterima sebagai demikian oleh kelompok yang ke dalamnya ia lahir. Keseluruhan tipikasi ini merupakan kerangka rujukan yang dengannya dunia sosiobudaya dan dunia fisik harus ditafsirkan, kerangka tujuan yang meskipun tidak konsisten dan buram cukup terintegrasi dan transparan untuk memecahkan kebanyakan problem praktis yang ada.

Contoh stereotip ini banyak sekali, diantaranya :

- a. Laki laki berpikir logis
- b. Wanita bersikap emotional
- c. Orang Meksiko pemalas
- d. Orang Yahudi cerdas
- e. Orang Perancis penggemar wanita, anggur dan makanan enak
- f. Orang Cina pandai memasak
- g. Orang Batak kasar
- h. Orang Padang pelit
- i. Orang Jawa halus pembawaan
- j. Lelaki sunda suka kawin cerai dan pelit memberi uang belanja
- k. Wanita jawa tidak baik menikah dengan lelaki sunda (karena suku jawa dianggap lebih tua dari suku sunda)
- l. Orang Tasikmalaya tukang kredit
- m. Orang berjenggot fundamentalis (padah kambing juga berjenggot)
- n. Orang berkacamata min jenius

Mengapa terdapat stereotip? Menurut Baron dan Paulus, beberapa faktor tampaknya berperan. Pertama, sebagai manusia kita cenderung membagi dunia ini kedalam dua kategori. Lebih jauh, orang-orang yang kita persepsi sebagai diluar kelompok kita di pandang sebagai lebih mirip satu sama lain daripada orang-orang dalam kelompok kita sendiri. Kedua, stereotip tampaknya bersumber dari kecenderungan kita untuk melakukan kerja kognitif sesedikit mungkin dalam berpikir mengenai orang lain. Pengkategorian atas orang lain memang tidak terhindarkan karena manfaat fungsional. Tidak seorangpun dapat merespons orang lain dalam seluruh individualitas mereka yang unik. Sayangnya, pengkategorian itu pada umumnya berlebihan atau keliru sama sekali. Pada umumnya stereotip bersifat negative, stereotip tidak berbahaya sejauh kita simpan dalam kepla kita. Akan tetapi bahayanya sangat nyata bila stereotip diaktifkan dalam hubungan manusia. Apa yang anda persepsi sangat dipengaruhi oleh apa yang anda harapkan. Ketika anda mengharapkan orang lain berperilaku tertentu, mungkin anda mengkomunikasikan pengharapan anda kepada mereka dengan cara sedemikian rupa sehingga mendorong mereka untuk berperilaku sesuai dengan yang anda harapkan.

4. Prasangka

Prasangka adalah sikap yang tidak adil terhadap seseorang atau suatu kelompok. Istilah prasangka berasal dari kata latin *praejudicium*, yang berarti preseden, atau penilaian berdasarkan keputusan dan pengalaman terdahulu. Seperti juga stereotip, meskipun dapat positif atau negative, prasangka umumnya bersifat negative. Prasangka ini bermacam-macam, yang populer adalah prasangka rasial, prasangka kesukuan, prasangka gender dan prasangka agama. Sementara itu, Allport mendefinisikan prasangka etnik sebagai suatu antipati berdasarkan generalisasi yang salah dan kaku. Prasangka mungkin dirasakan atau dinyatakan. Prasangka rasial disebut rasisme dan prasangka gender disebut seksisme. Menurut Verderber, rasisme dan seksisme adalah dua manifestasi prasangka yang menyebabkan problem utama dalam hubungan sosial. Verderber mendefinisikan rasisme dan seksisme sebagai perilaku apa pun, sebarangpun tidak berartinya, yang membatasi orang-orang pada peran-peran stereotipik, semata-mata berdasarkan ras atau gendernya. Sebagaimana stereotip, prasangka ini alamiah dan tidak terhindarkan. Penggunaan prasangka memungkinkan kita merespons lingkungan secara umum alih-alih secara khas, sehingga

terlalu menyederhanakan masalah. Budaya dan kepribadian sangat mempengaruhi prasangka. Orang berprasangka cenderung mengabaikan informasi yang tidak sesuai dengan generalisasi mereka yang keliru dan kaku itu, apalagi informasi dari kelompok yang menjadi objek prasangka.

Apa pengaruh prasangka ini terhadap komunikasi? Bila kita berprasangka bahwa orang kulit hitam malas, orang jepang militeristik, orang cina mata duitan, politikus itu penipu, tanpa didukung dengan data yang memadai dan akurat, komunikasi kita akan sering macet karena berlandaskan persepsi kita yang keliru, yang pada gilirannya membuat orang lain juga salah mempersepsikan kita. Akal sehat memberitahu kita bahwa cara memelihara aau meningkatkan prasangka terhadap kelompok luar adalah dengan menghindari kontak dengan mereka. Karena itu cara terbaik untuk mengurangi prasangka adalah dengan meningkatkan kontak dengan mereka dan mengenal mereka lebih baik, meskipun hal ini tidak berhasil dalam segala situasi.

5. Gegar Budaya

Gegar budaya (culture shock) ditimbulkan oleh kecemasan karena hilangnya tanda-tanda yang sudah dikenal dan simbol-simbol hubungan sosial. Lundstedt mengatakan bahwa gegar budaya adalah suatu bentuk ketidakmampuan menyesuaikan diri yang merupakan reaksi terhadap upaya sementara yang gagal untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan dan orang-orang baru. Sedangkan menurut PHarris dan R Moran, gegar budaya adalah trauma umum yang dialami seseorang dalam suatu budaya yang baru dan berbeda karena ia harus belajar dan mengatasi begitu banyak nilai budaya dan pengharapan baru, sementara nilai budaya dan pengharapan budayanya yang lama tidak lagi sesuai.

Meskipun gegar budaya sering dikaitkan dengan fenomena memasuki suatu budaya asing, lingkungan budaya baru. Bennet menyebut fenomena yang diperluas dengan sebutan transition shock, suatu konsekuensi alamiah yang disebabkan ketidakmampuan seseorang untuk berinteraksi dengan lingkungan baru dan berubah dalam berbagai situasi, seperti perceraian, kematian seseorang yang dicintai, dan perubahan nilai yang berkaitan dengan inovasi sosial yang cepat, juga kehilangan kerangka rujukan yang dikenal dalam memasuki budaya lain gegar budaya pada dasarnya adalah benturan persepsi, yang diakibatkan pengguna persepsi berdasarkan faktor-faktor internal yang telah dipelajari orang yang bersangkutan dalam

lingkungan baru yang nilai-nilai budayanya berbeda dan belum ia pahami. Kita biasanya menerima begitu saja nilai-nilai yang kita anut dan kita bawa sejak lahir, yang juga dikonfirmasi oleh orang-orang disekitar kita.

Namun, ketika kita memasuki lingkungan baru, kita menghadapi situasi yang membuat kita mempertanyakan kembali asumsi-asumsi kita itu, tentang apa yang disebut dengan kebenaran, moralitas, kebaikan, kewajaran, kesopanan, kebijakan dan sebagainya. Benturan-benturan persepsi itu kemudian menimbulkan konflik dalam diri kita, dan menyebabkan kita merasa tertekan dan menderita stress. Efek stress inilah yang disebut *gegar budaya*. Kita tidak langsung mengalami *gegar budaya* ketika kita memasuki lingkungan budaya yang baru. Fenomena itu dapat digambarkan dalam beberapa tahap. Peter S. Adler mengemukakan lima tahap dalam pengalaman transisional ini: kontak, disintegrasi, reintegrasi, otonomi, dan independensi. Tahap kontak biasanya ditandai dengan kesenangan, keheranan, dan kekagetan, karena kita melihat hal-hal yang eksotik, unik dan luar biasa. Setelah tahap kontak, kita mulai memasuki tahap kedua yang ditandai dengan kebingungan dan disorientasi. Perbedaan menjadi lebih nyata ketika perilaku, nilai dan sikap yang berbeda mengganggu realitas perceptual kita. Kita semakin jengkel, cemas, dan frustrasi menghadapi perbedaan budaya itu. Lalu kita merasa terasingkan dan tidak mampu mengatasi situasi yang baru ini. Kebingungan, keterasingan, dan depresi lalu menimbulkan disintegrasi kepribadian kita ketika kebingungan mengenai identitas kita dalam skema budaya yang baru terus meningkat. Tahap reintegrasi, menurut Adler, ditandai dengan penolakan atas budaya kedua. Kita menolak kemiripan dan perbedaan budaya melalui pensterotipan, generalisasi, evaluasi, perilaku dan sikap yang serba menilai. Kita membenci apa yang kita alami tanpa alasan yang jelas. Pada tahap transisi ini, kita mungkin mencari hubungan dengan orang-orang yang berasal dari budaya yang sama.

Munculnya perasaan negative ini dapat merupakan tanda akan tumbuhnya kesadaran budaya kita yang baru, kalau kita masih bertahan. Kembali ke budaya lama merupakan pilihan lain untuk mengatasi dilema ini. Pilihan yang kita ambil bergantung pada intensitas pengalaman kita, daya tahan kita, atau interpretasi dan bimbingan yang diberikan orang-orang penting disekitar kita. Tahap otonomi dalam transisi ini ditandai dengan kepekaan budaya

dan keluwesan pribadi yang meningkat, pemahaman atas budaya baru, dan kemampuan menyesuaikan diri dengan budaya baru itu. Kita menjadi lebih santai dan mampu memahami orang lain secara verbal dan nonverbal. Kita merasa nyaman dengan peran kita sebagai orang dalam orang luar dalam dua budaya yang berbeda. Akhirnya, menurut Adler, pada tahap independensi, kita menghargai kemiripan dan perbedaan budaya, bahkan menikmatinya. Kita menjadi ekspresif, humoris, kreatif dan mampu mengaktualisasikan diri kita. Terpenting, kita mampu menjalani lebih jauh dalam kehidupan melewati dimensi dimensi baru dan menemukan cara cara baru menjelajahi keragaman manusia.

Pada tahap inilah kita dapat menjadi manusia yang disebut “manusia antarbudaya” yang memahami berbagai budaya, mampu bergaul dengan orang orang dari berbagai budaya lain, tanpa mengorbankan budaya sendiri. Manusia antarbudaya adalah orang yang telah mencapai tingkat tinggi dalam proses antarbudaya yang atribut atribut internalnya tidak didefinisikan secara kaku, namun terus berkembang melewati parameter - parameter psikologis suatu budaya. Manusia antarbudaya dilengkapi dengan kemampuan berfungsi secara efektif dalam lebih dari satu budaya dan memiliki kepekaan budaya yang berkaitan erat dengan kemampuan menunjukkan empati budaya gear budaya ini dalam bentuknya adalah fenomena yang alamiah saja. Intensitasnya dipengaruhi oleh berbagai faktor, yang pada dasarnya terbagi dua: yakni faktor internal (ciri-ciri kepribadian orang yang bersangkutan) dan faktor eksternal (kerumitan budaya atau lingkungan baru yang dimasuki). Tidak ada kepastian kapan gear budaya ini akan timbul dihitung sejak kita memasuki budaya lain. Itu bergantung pada sejauh mana perbedaan budaya yang ada. Dan apakah kita memiliki ciri - ciri kepribadian kondusif untuk mengatasi gear budaya tersebut. Bila perbedaan budaya tidak terlalu besar, dan kita punya kepribadian yang positif, seperti tegar dan toleran, kita mungkin tidak akan mengalami gear budaya yang berarti. Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa gear budaya sebenarnya merupakan titik pangkal untuk mengembangkan kepribadian dan wawasan budaya kita, sehingga kita dapat menjadi orang-orang yang luwes dan terampil dalam bergaul dengan orang-orang dari berbagai budaya, tanpa harus mengorbankan nilai-nilai budaya kita sendiri.

I. Contoh Budaya dan Maknanya

1. Pernikahan Adat Jawa

Budaya Jawa merupakan salah satu kebudayaan yang dimiliki bangsa Indonesia yang di dalam tradisinya memiliki nilai-nilai keluhuran dan kearifan budaya yang menjadi ciri khas masyarakat Jawa. Setiap tradisi dalam masyarakat Jawa memiliki arti dan makna filosofis yang mendalam dan luhur. Begitu pula pada prosesi & tata cara pernikahan adat Jawa yang sarat makna serta folosofi yang apabila dipelajari dan didalami akan memberi kesan unik, sakral dan khidmat saat dijalankan, berikut sekilas Kronologi, Tata cara dan maknanya:

a. Kronologis

Kronologis ketemu jodoh pada orang Jawa dahulu, biasanya melalui cara yang disebut:

- Babat alas artinya membuka hutan untuk merintis membuat lahan. Dalam hal babat alas ini orang tua pemuda merintis seorang congkok untuk mengetahui apakah si gadis sudah mempunyai calon atau belum. Istilah umumnya disebut nakokake artinya menanyakan.
- Kalau sang pemuda belum kenal dengan sang gadis, maka ada upacara Nontoni Yaitu sang pemuda diajak keluarganya datang ke rumah sang gadis, pada saat pemuda-pemuda itu diajak/diberi kesempatan untuk nontoni sang gadis pilihan orang tuanya.



Gambar 5.5. Upacara Nontoni

- Bila cocok artinya saling setuju, kemudian disusul dengan upacara nglamar atau meminang. Dalam upacara nglamar, keluarga pihak sang pemuda menyerahkan barang kepada pihak sang gadis sebagai peningset yang terdiri dari pakaian lengkap, dalam bahasa Jawanya sandangan sapangadek.
- Menjelang hari perkawinan diadakan upacara srah-srahan atau asok tukon yaitu pihak calon pengantin putra

menyerahkan sejumlah hadiah perkawinan kepada keluarga pihak calon pengantin putri berupa hasil bumi, alat-alat rumah tangga, ternak dan kadang-kadang ditambah sejumlah uang.



Gambar 5.6. Srah-Srahan

- Kira-kira 7 hari (dulu 40 hari) sebelum hari pernikahan calon pengantin putri dipingit artinya tidak boleh keluar dari rumah dan tidak boleh bertemu dengan calon suaminya. Selama masa pingitan calon pengantin putri membersihkan diri dengan mandi kramas dan badannya diberi lulur.
- Sehari atau dua hari sebelum upacara akad nikah di rumah orang tua calon pengantin putri membuat tratag dan menghias rumah. Kesibukan tersebut biasanya juga dinamakan upacara pasang tarub.
- Upacara siraman yaitu memandikan calon pengantin putri dengan kembang telon yaitu bunga mawar, melati dan kenanga dan selanjutnya disusul dengan upacara ngerik. Upacara ngerik yaitu membersihkan bulu-bulu rambut yang terdapat di dahi, kuduk, tengkuk dan di pipi.
- Setelah upacara ngerik, maka pada malam hari diadakan upacara malam Midodareni. Calon pengantin putra datang ke rumah pengantin putri dan selanjutnya calon pengantin putra menjalani upacara nyantri.
- Pada pagi harinya atau sore harinya dilangsungkan upacara ijab kabul yaitu meresmikan kedua insan antara pria dan wanita yang memadu kasih telah sah menjadi suami istri.
- Sehabis upacara ijab kabul dilangsungkan upacara panggih atau temon yaitu pengantin putra dan pengantin putri ditemukan yang berakhir duduk bersanding di pelaminan.
- Lima hari setelah akad nikah dan upacara panggih diadakan upacara sepasaran pengantin atau ngunduh mantu apabila disertai dengan pesta.

b. Rangkaian Upacara Adat Pengantin Jawa

Rangkaian upacara adat pengantin Jawa secara kronologis diuraikan dari awal sampai akhir sebagai berikut :

- 1) Upacara siraman pengantin putra-putri
- 2) Upacara malam midodareni
- 3) Upacara akad nikah / ijab Kabul
- 4) Upacara panggih / temu
- 5) Upacara resepsi
- 6) Upacara sesudah pernikahan

Makna rangkaian upacara tersebut secara perinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Upacara Siraman Pengantin Putra-putri

Upacara siraman ini dilangsungkan sehari sebelum akad nikah (ijab kabul). Akad nikah dilangsungkan secara/menurut agama masing-masing dan hal ini tidak mempengaruhi jalannya upacara adat. Langkah-langkah yang perlu diperhatikan pada upacara siraman adalah :

- Siraman Pengantin Putri



Gambar 5.7. Siraman Pengantin Putri

- Pengantin putri pada upacara siraman sebaiknya mengenakan kain dengan motif Grompol yang dirangkapi dengan kain mori putih bersih sepanjang dua meter dan pengantin putri rambutnya terurai.
- Yang bertugas menyiram pengantin putri adalah : Bapak dan Ibu pengantin putri, disusul Bapak dan Ibu pengantin putra, diteruskan oleh orang-orang tua serta keluarga yang dianggap telah pantas sebagai teladan. Siraman ini dilanjutkan dan diakhiri juru rias dan paling akhir adalah dilakukan oleh pengantin sendiri, sebaiknya perggunakan air hangat agar pengantin yang disirami tidak masuk angin.

- Siraman Pengantin Putra



Gambar 5.8. Siraman Pengantin Putra

Urut-urutan upacara siraman pengantin putra adalah sama seperti siraman pengantin putri hanya yang menyiram pertama adalah Bapak pengantin putra.

Setelah upacara siraman pengantin selesai, maka pengantin putra ke tempat pemondokan yang tidak jauh dari tempat kediaman pengantin putri. Dalam hal ini pengantin putra belum diizinkan tinggal serumah dengan pengantin putri. Sedangkan pengantin putri setelah siraman berganti busana dengan busana kerik, yaitu pengantin putri akan dipotong rambut bagian depan pada dahi secara merata.

2) Upacara Midodareni



Gambar 5.9. Midodareni

Dalam upacara midodareni pengantin putri mengenakan busana polos artinya dilarang mengenakan perhiasan apapun kecuali cincin kawin. Dalam malam midodareni itulah baru dapat dikatakan pengantin dan sebelumnya disebut calon pengantin. Pada malam itu pengantin putra datang ke rumah pengantin putri. Untuk model Yogyakarta pengantin putra mengenakan busana kasatrian yaitu baju surjan, blangkon model Yogyakarta, kalung korset, mengenakan keris,

sedangkan model Surakarta, pengantin putra mengenakan busana Pangeran yaitu mengenakan jas beskap, kalung korset dan mengenakan keris pula. Untuk mempermudah maka pengantin putra pada waktu malam midodareni boleh juga mengenakan jas lengkap dengan mengenakan dasi asal jangan dasi kupu-kupu. Kira-kira pukul 19:00, pengantin putra datang ke rumah pengantin putri untuk berkenalan dengan keluarga dan rekan-rekan pengantin putri. Setibanya pengantin putra, maka terus diserahkan kepada Bapak dan Ibu pengantin putri. Setelah penyerahan diterima pengantin putra diantarkan ke pondok yang telah disediakan yang jaraknya tidak begitu berjauhan dengan rumah pengantin putri. Pondokan telah disediakan makanan dan minuman sekedarnya dan setelah makan dan minum ala kadarnya maka pengantin putra menuju ke tempat pengantin putri untuk menemui para tamu secukupnya kemudian pengantin putra kembali ke pondokan untuk beristirahat. Jadi jangan sampai jauh malam, karena menjaga kondisi fisik seterusnya. Jadi kira-kira pukul 22:00 harus sudah kembali ke pondokan. Hal ini perlu mendapatkan perhatian sepenuhnya agar jangan sampai pengantin menjadi sangat lelah karena kurang tidur. Setelah upacara malam midodareni ini masih disusul dengan upacara-upacara lainnya yang kesemuanya itu cukup melelahkan kedua pengantin.

Pada malam midodareni pengantin putri tetap di dalam kamar pengantin dan setelah pukul 24:00 baru diperbolehkan tidur. Pada malam midodareni ini para tamu biasanya berpasangan suami istri. Keadaan malam midodareni harus cukup tenang dan suasana khidmat, tidak terdengar percakapan-percakapan yang terlalu keras.

Para tamu bercakap-cakap dengan tamu lain yang berdekatan saja. Pada pukul 22:00 – 24:00 para tamu diberikan hidangan makan dan sedapat mungkin nasi dengan lauk-pauk opor ayam dan telur ayam kampung, ditambah dengan lalapan daun kemangi.

3) Upacara Akad Nikah

Upacara akad nikah dilaksanakan menurut agamanya masing-masing. Dalam hal ini tidak mempengaruhi jalannya upacara selanjutnya. Bagi pemeluk agama Islam akad nikah

dapat dilangsungkan di masjid atau mendatangkan Penghulu. Setelah akad nikah diberikan petunjuk sebagai berikut : Setelah upacara akad nikah selesai, pengantin putra tetap menunggu di luar untuk upacara selanjutnya. Yang perlu mendapatkan perhatian ialah selama upacara akad nikah pengantin putra boleh mengenakan keris (keris harus dicabut terlebih dahulu) dan kain yang dipakai oleh kedua pengantin tidak boleh bermotif hewan begitu pula blangkon yang dipakai pengantin putra. Bagi pemeluk agama Katholik atau Kristen akad nikah dilangsungkan di gereja. Untuk pemeluk agama Katholik dinamakan menerima Sakramen Ijab, baik agama Islam maupun Katholik atau Kristen pelaksanaan akad nikah harus didahulukan dan setelah selesai Ijab Kabul barulah upacara adat dapat dilangsungkan.



Gambar 5.10. Upacara Akad Nikah

4) Upacara Panggih

Perlengkapan yang diperlukan untuk upacara panggih :

- Empat sindur untuk dipakai oleh kedua belah orang tua
- Empat meter kain mori putih yang dibagi menjadi dua bagian masing-masing dua meter
- Dua lembar tikar yang akan dipergunakan untuk duduk pengantin putri pada waktu di rias
- Dua buah kendhi untuk siraman pengantin putra-putri
- Dua butir kelapa gading yang masih utuh dan masih pada tangkainya
- Sebutir telur ayam kampung yang masih mentah dan baru
- Sebungkus bunga setaman
- Satu buah baskom / pengaron yang telah ada air serta gayungnya untuk upacara membasuh kaki pengantin putra

- Dua helai kain sindur dengan bentuk segi empat digunakan pada upacara tanpa kaya atau kantong yang terbuat dari kain apa saja.
- Daham klimah yaitu upacara makan bersama-sama (dulangan) atau suap-suapan pengantin putri menyuapi pengantin putra dan sebaliknya
- Dahar klimah, pada upacara dahar klimah makanan yang perlu disiapkan adalah : nasi kuning ditaburi bawang merah yang telah digoreng dan opor ayam. Pada upacara tanpa kaya yang perlu disediakan ialah : kantong yang berisi uang logam, beras, kacang tanah, kacang hijau, kedelai, jagung dan lain-lain.

Bagian I

Upacara balangan sedah / lempar sirih yaitu pengantin putra dan pengantin putri saling melempar sirih, setelah itu disusul dengan berjabat tangan tanda saling mengenal.



Gambar 5.11. Upacara Panggih

Bagian II Upacara Wiji Dadi

Sebelum pengantin putra menginjak telur, pengantin putri membasuh terlebih dahulu kedua kaki pengantin putra.



Gambar 5.12. Upacara Wiji Dadi

Bagian III

Upacara sindur binayang yaitu pasangan pengantin berjalan dibelakang ayah pengantin putri, sedangkan ibu pengantin putri dibelakangnya pengantin tersebut. Hal ini mempunyai makna Bapak selalu membimbing putra-putrinya menuju kebahagiaan, sedangkan Ibu memberikan dorongan “tut wuri handayani”



Gambar 5.13. Upacara Sindur Binayang

Bagian IV Timbang (Pangkon) dan disusul upacara tanem
Upacara tanem yaitu Bapak pengantin putri mempersilahkan duduk kedua pengantin di pelaminan yang bermakna bahwa Bapak telah merestui dan mengesahkan kedua pengantin menjadi suami istri.



Gambar 5.14. Upacara Tanem

Bagian V

Upacara tukar kalpika yang disebut juga tukar cincin yaitu memindahkan dari jari manis kiri ke jari manis kanan dan dilaksanakan saling memindahkan. Hal ini mempunyai makna bahwa suami istri telah memadu kasih sayang untuk mencapai hidup bahagia sepanjang hidup.



Gambar 5.15. Upacara Tukar Kalpika

Bagian VI Kacar-kucur (tanpa kaya)

Upacara kacar-kucur atau disebut guna kaya yang bermakna bahwa hasil jerih payah sang suami diperuntukkan kepada sang istri untuk kebutuhan keluarga.



Gambar 5.16. Upacara Kacar-kucur

Bagian VII Kembul Dhahar “ Sekul Walimah “

Upacara kembul dhahar yaitu kedua pengantin saling suap-suapan secara lahap. Hal ini bermakna bahwa hasil jerih payah dan rejeki yang diterimanya adalah berkat Rahmat Tuhan dan untuk mencukupi keluarganya. Segala suka dan duka harus dipikul bersama-sama.



Gambar 5.17. Upacara Kembul Dhahar

Bagian VIII

Pengantin putra dengan sabar menunggu pengantin putri menghabiskan Dhaharan. Biasanya Ibu lebih sayang untuk

membuang makanan. Hal ini bermakna agar Tuhan selalu memberikan rezeki dan selalu mensyukuri rezeki yang diterimanya.

Bagian IX Upacara Mertuwi

Bapak dan Ibu pengantin putra datang dijemput oleh Bapak dan Ibu pengantin putri untuk menjenguk pengesahan perkawinan putrinya. Setelah dipersilahkan duduk oleh Bapak dan Ibu pengantin putri lalu dilangsungkan upacara sungkeman. Apabila Ayah atau Bapak pengantin putra telah meninggal dunia, maka sebagai gantinya yaitu kakak pengantin putra atau pamannya.

Bagian X Upacara Sungkeman

Upacara sungkeman / Ngebekten yaitu kedua pengantin berlutut untuk menyembah kepada Bapak dan Ibu dari kedua pengantin. Dalam hal ini bermakna bahwa kedua pengantin tetap berbakti kepada Bapak / Ibu pengantin, serta mohon doa restu agar Tuhan selalu memberikan rahmatnya.



Gambar 5.18. Upacara Sungkeman

c. Arti Istilah dan Maknanya

1) TARUB

Kata benda yang menunjukkan pengertian dari satu “bangunan darurat” yang khusus didirikan pada dan di sekitar rumah orang yang mempunyai hajat menyelenggarakan peralatan perkawinan / Ngunduh Temanten, dengan tujuan rasional dan irrasional.

Rasional : Membuat tambahan ruang untuk tempat duduk tamu dan lain-lainnya

Irrasional : Karena pembuatan tarub menurut adat harus disertai dengan macam-macam persyaratan khas yang disebut srana-srana / sesaji, maka yang demikian itu mempunyai tujuan “keselamatan lahir batin” dalam memangku-kerja-

perkawinan itu dalam arti luas

Adapun Srana Tarub yang pokok disebut tuwuhan dengan maksud supaya berkembang di segala bidang bagi kedua mempelai terdiri dari :

(a) Sepasang pohon pisang-raja yang berbuah, maknanya secara singkat adalah :

- Agar mempelai kelak menjadi pimpinan yang baik bagi keluarganya/ lingkungannya/bangsanya
- Seperti pohon pisang dapat tumbuh dan hidup di mana saja maka diharapkan bahwa mempelai berdua pun dapat hidup dan menyesuaikan diri di lingkungan mana pun juga dan berhasil (berubah)

(b) Sepasang Tebu Wulung

Tebu : antipening kalbu = tekad yang bulat

Wulung : mulus = matang

Maknanya, dari mempelai diharapkan agar segala sesuatu yang sudah dipikir matang-matang dikerjakan/dilaksanakan dengan tekad yang bulat, pantang mundur (“mulat sarira hangrasawani”)

(c) Dua janjang kelapa gading yang masih muda

Kelapa gading : Kelapa yang kulitnya kuning

Kelapa muda : cengkir

Maknanya, kencengin pikir = kemauan yang keras

Dari mempelai diharapkan agar memiliki “kemauan yang keras” untuk dapat mencapai tujuan

(d) Daun : beringin

Daun : Maja

Daun : Koro

Daun : Andong

Daun : Alang-alang

Daun : Apa-apa (daun dadap srep)

Maknanya, diharapkan dari mempelai kelak dapat tumbuh seperti pohon beringin, menjadi pengayom lingkungannya dan agar semuanya dapat berjalan dengan selamat sentosa lahir batin (aja ana-sekoro-koro kalis alangan sawiji apa)

2) SRANA/SESAJI TARUB

Menunjukkan pengertian baik kata benda maupun kata kerja, yang berarti membuat/mempersiapkan semua persyaratan barang-barang baik yang berujud (materiil) maupun yang

tidak berujud (spirituil) yang diperlukan untuk pelengkap syarat pembuatan tarub sesuai dan menurut kepercayaan dan pengertian tradisi/adat.

3) NGUNDUH ATAU NGUNDUH TEMANTEN

Kata-kata Ngunduh = memetik yang dilakukan khusus oleh orang tua dari mempelai lelaki, yang berarti mendatangkan mempelai berdua di rumah orang tua mempelai lelaki, biasanya setelah 5 hari anaknya lelaki itu berada di rumah mertuanya sejak hari dilangsungkan perkawinannya, untuk secara bergantian dirayakan di rumah orang tuanya sendiri (orang tua mempelai lelaki) dengan maksud untuk memperkenalkan mempelai kepada keluarganya dan handai taulan.

4) SRANA NGUNDUH

Sama seperti SRANA.

5) PETANEN ATAU KROBONGAN

Kata benda petanen atau krobongan yakni kamar tengah dari dalam = bangunan rumah yang dibelakang. Bangunan rumah yang didepan namanya Pendapa.

Kamar tengah yang disebut petanen ini biasanya selalu dihiasi atau bahasa Jawa di robyong. Tempat yang dirobyong itu lalu disebut Krobongan . Petanen atau juga disebut krobongan ini adalah kamar yang disediakan untuk DEWI SRI yaitu dewinya pertanian (Jawa = petanen)

Dalam upacara perkawinan, maka setelah temu atau panggih, kedua mempelai lalu duduk di muka petanen ini. Disitulah dilakukan ucapan-ucapan kelanjutannya, misalnya: nimbang, kacar-kucur atau sungkem dan lain-lainnya. Sesuai dengan perkembangannya sekarang krobongan disebut pelaminan yang bentuknya disesuaikan dengan situasi dan kondisi.

6) KEMBAR MAYANG

Terdiri dari 2 kata,

Kembar : dua benda yang sama bentuknya dan ukurannya

Mayang : bunga pohon pinang

Jadi artinya, sepasang benda yang dirangkai dalam bentuk tertentu dengan bunga pinang guna keperluan mempelai. Akan tetapi arti sebenarnya dimaksudkan disini melambangkan suatu “pohon hayat” dalam bentuk sekaligus berfungsi sebagai dekorasi.

7) TEMANTEN ATAU PENGANTIN

Artinya Mempelai

8) PRABOT TEMANTEN

Segala sesuatu yang perlu bagi seorang temanten, terutama sekali mengenai pakaian tradisional temanten menurut adat

9) “PINISEPUH“ PUTRI

Dalam arti sempit :

Ahli waris wanita yang dekat hubungannya dengan keluarga dan yang kedudukannya dalam lingkungan keluarga itu lebih tua dari sang mempelai, misalnya :

- Dari garis lurus ke atas (adscendenten) Ibu, nenek putri, eyang buyut dan seterusnya
- Dari garis samping Kakak perempuan, bibi (tante, oudtante) dan seterusnya.

Dalam arti luas :

Yang disebut di atas + wanita-wanita lain yang tua usianya dan sangat akrab hubungannya dengan keluarga yang bersangkutan (bahasa Jawa disebut Kewula-keraga)

10) “PINISEPUH“ KAKUNG

Sama dengan “PINISEPUH“ PUTRI.

11) NGANTHI

Kata kerja Nganthi berarti membimbing fisik = mendampingi dan memegang tangan dari sang mempelai.

12) SINDUR

Semacam selendang yang warnanya merah bertepikan putih, melambangkan persatuan dari unsur bapak dan unsur ibu. Sindur ini dalam upacara perkawinan :

- a. Dipakai sebagai ikat pinggang oleh orang tua (bapak dan ibu) yang menyelenggarakan peralatan mantu.
- b. Dipakai sebagai salah satu sarana dalam upacara perkawinan yaitu setelah mempelai bergandengan tangan (Jawa : kanthen) berjalan menuju ke tempat duduk pengantin, maka salah seorang pinisepuh putri (biasanya ibunda mempelai) mengikuti berjalan dekat di belakang mempelai berdua sambil menyelimutkan sehelai sindur sebagai lambang persatu paduan jiwa raga suami istri yang abadi.

Sindur diartikan kependekan dari sin = isin/malu, Ndur = mundur (malu untuk mundur)

Bahwa tujuan perkawinan antara lain adalah untuk meneruskan kehidupan generasi melalui pembangunan keluarga sejahtera.

Segal rintangan/hambatan tidak akan melemahkan keyakinan dirinya terhadap apa yang harus diperjuangkan dalam usaha membangun suatu keluarga sejahtera, terlebih-lebih dengan disertai do'a restu orang tua kedua pengantin, maka apapun yang akan dihadapinya akan terus diperjuangkan sampai terwujudnya harapan serta cita-citanya tersebut.

13) **NGABAKTEN / SUNGKEM**

Suatu kewajiban moral tradisional bagi sang mempelai untuk secara fisik menunjukkan/menyatakan bakti dan hormatnya lahir batin kepada orang tua dan para pinisepuhnya dengan gerakan tertentu, seraya mohon do'a restu dan mendapat ridho dari Tuhan agar selalu mendapatkan bimbingan dan petunjuk di dalam membangun keluarga dan berguna bagi Nusa dan Bangsa.

Pada saat akan sungkem kedua pengantin melepas selop dan keris yang dikenakan pengantin pria. Hal ini dimaksudkan bahwa kedua mempelai dengan sepenuh hati telah siap akan bersujud kepada orang tua pengantin dan pinisepuh.

14) **GANTI BUSANA**

Upacara mempelai untuk sementara waktu meninggalkan tempat duduknya berjalan menuju kamar rias untuk ganti pakaian dengan diiringi oleh beberapa orang pinisepuh, saudara-saudaranya (laki-laki dan perempuan) dan lain-lain anggota keluarga terdekat yang ditunjuk.

15) **BESAN**

Sebutan yang dipakai untuk menunjukkan hubungan kekeluargaan antara orang tua dari mempelai lelaki dan orang tua dari mempelai wanita.

16) **MERTUA**

Sebutan yang dipakai untuk menunjukkan hubungan kekeluargaan bagi mempelai lelaki terhadap orang tua dari mempelai wanita dan bagi mempelai wanita terhadap orang tua dari mempelai lelaki (parent in laws)

17) **AMONG TAMU**

Tugas khusus untuk menerima dan mengantar para tamu ke tempat duduknya, menurut ketentuan protokol.

18) GAMELAN

Seperangkat (unit dari salah satu macam alat-musik Indonesia) disiapkan untuk lebih menyemarakkan suasana.

19) KERIS

Suatu benda semacam senjata-tajam yang mempunyai bentuk khusus dan dianggap keramat berfungsi antara lain sebagai salah satu perabot dari pada pakaian kebesaran secara adat Jawa.

20) PAKAIAN SIKEPAN CEKAK / ALIT

Salah satu model pakaian pengantin yang dipakai setelah kembali dari ganti menuju ketempat duduknya. Model ini yang biasa digunakan oleh para pangeran saat upacara2 kebesaran.

21) DIJEJERKAN

Diatur agar mempelai berdua berdiri berjajar.

22) PAMITAN

Para tamu mohon diri kepada orang tua kedua mempelai untuk pulang kembali ke tempat masing2.

23) NANDUR

Gerakan dari orang tua laki-laki untuk mendudukan kedua pengantin di pelaminan dengan menekankan tangan di pundak pengantin pria dan wanita yang dapat diartikan bahwa setiap orang tua dengan kasih sayangnya tetap akan selalu memberikan petunjuk2 dan pengarahan yang benar dengan harapan hendaknya segala sesuatu yang dilaksanakan selalu didasari budi yang baik dan luhur.

Nandur = menanam

Dimaksudkan bahwa akan tumbuh hidup subur dan dari kesuburan tersebut dihasilkan buah yang bagus dan berguna.

24) IMBAL WICARA

Dialog/percakapan yang dilaksanakan pada saat serah terima kedua pengantin dari orang tua pengantin putri kepada orang tua pengantin putra.

25) BOMBYOK KERIS / KOLONG KERIS

Suatu kelengkapan busana kebesaran bagi pengantin yang terdiri dari untaian/rangkaian bunga dan mawar dengan warna putih dan merah yang artinya sama dengan arti sindur.

26) OMBYONG

Sebutan bagi rombongan pengiring pengantin yang biasanya terdiri dari para keluarga terdekat pengantin pria/wanita yang telah ditentukan.

27) NGARAK TEMANTEN

Kata kerja “ngarak” berarti membimbing secara bersama-sama dalam bentuk rombongan.

28) MENGAPIT

Dapat diartikan mendampingi di sebelah kanan dan kiri yang dapat dilakukan dalam posisi duduk, berdiri atau berjalan.

29) BUCALAN = BUANGAN

Kata benda dari sesaji yang akan ditempatkan / dibuang di tempat-tempat tertentu (route perjalanan dan kompleks penyajiannya telah diuraikan di depan / skenario) Kata kerja dari pelaksanaan penyajian sesaji bucalan gecok mentah dengan maksud mengharapkan partisipasi dari para bahu rekso (makhluk yang tidak kelihatan) maupun yang kelihatan, untuk menjaga jalan-jalan yang akan dilalui pengantin dan juga ditempat-tempat yang akan dipakai tempat upacara/perhelatan dan diminta supaya tidak mengganggu pengantin sekalian, beserta orang tuanya, keluarganya, pengiringnya, tamu-tamunya, para panitia dan pembantunya dan lain-lain. Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa memberikan hajat Ngunduh Temanten tersebut selamat hingga upacara selesai dengan paripurna khususnya kepada pengantin sekalian diberikan rahmat, sejahtera dan bahagia lahir batin.

30) SIRAMAN

Menunjukkan pengertian kata benda dari kata “siram” yang berarti suatu perbuatan tradisional mandi bagi setiap orang calon mempelai wanita maupun pria menjelang akad nikah. Untuk keperluan ini diperlukan pula syarat-syarat atau sesaji-sesaji yang disebut “sirna siraman” yang ujudnya sesuai dengan uraian pada skenario.

Upacara siraman (mandi mempelai) ini dipimpin dan dilakukan/dibantu oleh para ahli waris terdekat yang sudah tua usianya baik dari garis bapak maupun dari garis ibu (sesuai masyarakat adat yang bersifat ke bapak ibuan = perenteel)

31) PAES

Menunjukkan kata benda dari kata kerja maesi, yang berarti merias dahi calon mempelai wanita oleh seorang wanita ahli dalam tugas ini, agar wajah si calon mempelai wanita terlihat lebih cantik lagi mirip gambaran wajah seorang bidadari.

32) KEMBANG SETAMAN

Beberapa macam bunga yang dicampur satu dalam sebuah tempat/wadah yang berisi air tawar.

2. Upacara Grebeg dan Maknanya

Grebeg kraton Yogyakarta adalah upacara adat sebagai simbol kekuah dalem, yakni simbol kemurahan hati raja kepada kawulanya. Raja digambarkan sebagai sosok yang mengayomi, mengayemi, dan mengenyangkan kawulanya. Tradisi ini sudah dilaksanakan sejak pemerintahan Sri Sultan Hamengkubuwono I. Upacara Grebeg diadakan tiga kali dalam setahun, yakni Grebeg Syawal sebagai bentuk ungkapan syukur telah melampaui bulan puasa, kemudian Grebeg Maulud diadakan untuk memperingati hari kelahiran Nabi Muhammad SAW. Sedangkan Grebeg Besar diselenggarakan untuk merayakan Idul Adha.

Upacara Grebeg identik dengan adanya Gunungan, yaitu berbagai makanan dan hasil bumi yang disusun menyerupai gunung, sebagai simbol dari kemakmuran kraton Yogyakarta yang nantinya akan dibagikan kepada rakyat. Dalam perayaan Grebeg, terdapat enam jenis gunungan, masing-masing memiliki bentuk yang berbeda dan terdiri dari jenis makanan yang berbeda pula.



Gambar 5.19. Gunungan merupakan makanan dan hasil bumi yang dibentuk menyerupai gunung

Gunungan Dharat adalah gunung yang puncaknya berhamparkan kue besar dan di sekelilingnya ditancapi kue ketan yang berbentuk lidah. Gunungan Gepak merupakan gunung yang terdiri dari empat puluh buah keranjang yang berisi aneka ragam kue-kue kecil dengan lima macam warna, yaitu merah, biru, kuning, hijau, dan hitam. Gunungan Bromo terdiri dari beraneka ragam kue-kue yang di bagian puncaknya diberi lubang, sehingga tampak sebuah anglo berisi bara yang membakar kemenyan. Gunungan Lanang terdiri dari rangkaian kacang panjang, cabe merah, telur itik, dan ketan. Di bagian puncaknya ditancapi kue dari tepung beras. Gunungan Wadon merupakan gunung yang terdiri dari beraneka ragam kue-kue kecil dan juga kue ketan. Gunungan Pawuhan merupakan gunung yang bentuknya mirip dengan gunung wadon, namun pada bagian puncaknya ditancapi bendera kecil berwarna putih. Satu bulan sebelum upacara Grebeg, di tempat yang bernama Magangan, abdi dalem kraton sudah mulai mengerjakan keenam gunung tersebut. Bahan-bahan diolah dan dimasak, kemudian disusun membentuk miniatur gunung. Malam hari sebelum upacara Grebeg, Gunung-gunungan tersebut dibawa masuk ke dalam Kraton.

Pagi harinya, upacara Grebeg dimulai dengan parade prajurit yang berangkat dari Pracimosono untuk menjemput Gunung. Momen ini menarik untuk diikuti karena bisa melihat secara langsung prajurit kraton dengan atribut yang khas. Kraton Yogyakarta memiliki sepuluh bregada atau kesatuan prajurit, yaitu prajurit Wirobrojo, prajurit Dhaheng, prajurit Patangpuluh, prajurit Jogokaryo, prajurit Prawiroto, prajurit Ketanggung, prajurit Mantrijero, prajurit Nyutro, prajurit Bugis dan prajurit Surokarso. Prajurit-prajurit ini dipimpin oleh seorang panglima yang disebut Manggala Yudha. Prajurit ini mengawal gunung yang diusung dari kraton Yogyakarta menuju Masjid Besar, Kepatihan, dan Puro Pakualaman. Di sana, gunung tersebut dibagikan kepada rakyat.

Antusiasme masyarakat terhadap upacara ini cukup besar. Terbukti, satu hari sebelum upacara, mereka sudah mulai berdatangan dalam kelompok kecil maupun besar. Tidak hanya warga Yogyakarta, namun banyak yang berasal dari luar kota seperti Magelang, Temanggung, Wonosobo dan sekitarnya. Sebagian mereka percaya bahwa pernik-pernik yang terdapat di gunung akan memberikan berkah, sehingga mereka berharap bisa mendapatkan bagian kecil

dari gunung tersebut. Keyakinan seperti itu membuat masyarakat rela menunggu hingga dalam waktu lama untuk dapat ikut memperebutkan gunung. Mereka rela berdesakan bahkan dengan resiko terinjak-injak atau jatuh asal berhasil memperoleh bagian dari gunung tersebut.

Upacara Grebeg yang ditutup dengan perebutan gunung ini bukan sekedar sebagai simbol kekucuh dalem semata, namun juga sebagai bentuk meneruskan tradisi dan menjaga kekayaan budaya, namun juga sebagai aset wisata. Bagi penggemar fotografi tentu upacara ini sangat menarik sebagai target bidikan lensanya. Salam Kratonpedia.



Gambar 5.20. Kerangka gunung lanang. Tampak di atasnya adalah kue dari tepung beras



Gambar 5.24. Manggala Yudha melakukan inspeksi sebelum prajurit bertugas



Gambar 5.28. Didoakan sebelum diperebutkan



Gambar 5.21. Abdi dalem sedang memasang rangkaian telur itik pada gunung



Gambar 5.25. Bregada prajurit Ketanggung, salah satu dari 10 bregada yang bertugas mengiringi gunung



Gambar 5.29. Masyarakat saling berusaha mendapatkan bagian dari gunung



Gambar 5.22. Memasang untaian kacang panjang, cabe merah dan kue ketan



Gambar 5.26. Alat musik Kecer, semacam simbal dimainkan oleh prajurit Dhaheng



Gambar 5.30. Memperoleh secuil kue, diharapkan dapat memberi berkah



Gambar 5.23. Gunung saat menjelang diberangkatkan



Gambar 5.27. Gunung memasuki kompleks Masjid Besar

BAB 6

Komunikasi Verbal

A. Pendahuluan

Komunikasi yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari adalah pertukaran informasi secara verbal terutama pembicaraan dengan tatap muka. Contohnya ketika guru mengajar kepada peserta didik, interaksi tatap muka dalam kelas akan membantu proses pembelajaran secara efektif dibandingkan hanya memberikan tugas kepada peserta didik. Karena dengan proses tatap muka, guru dapat melihat perkembangan peserta didik itu sendiri. Selain itu dengan komunikasi verbal biasanya lebih akurat dan tepat waktu.

Kata-kata adalah alat atau simbol yang dipakai untuk mengekspresikan ide atau perasaan, membangkitkan respon emosional, atau menguraikan obyek, observasi dan ingatan. Sering juga untuk menyampaikan arti yang tersembunyi, dan menguji minat seseorang. Keuntungan komunikasi verbal dalam tatap muka yaitu memungkinkan tiap individu untuk berespon secara langsung. Komunikasi merupakan faktor penting bagi pencapaian tujuan suatu organisasi bisnis. Seorang pemimpin secara rutin harus berkomunikasi dengan bawahannya untuk meminta mereka membuat surat pesanan, barang, menjawab atau membuat surat aduan, membuat surat balasan atau tanggapan, dan sejenisnya.

Komunikasi verbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang disampaikan kepada pihak lain melalui tulisan maupun lisan, meskipun seseorang dapat mengungkapkan sesuatu secara non verbal, ia tetap membutuhkan komunikasi verbal, misalnya bila hendak membahas kejadian masa lalu, ide, atau abstraksi. Hal-hal tersebut tidak dapat diungkapkan lewat kata-kata yang disusun dalam suatu pola yang berarti, baik dalam bentuk tulisan maupun lisan (pidato).

Melalui komunikasi lisan atau tulisan, diharapkan orang akan memahami apa yang disampaikan pembicara atau penulis. Penyampaian suatu pesan lewat tulisan dan lisan tentu memiliki suatu harapan bahwa seseorang akan dapat membaca atau mendengar apa yang akan dikatakan. Untuk pesan-pesan, seseorang dapat menggunakan tulisan dan ucapan (lisan). Sedangkan untuk menerima pesan-pesan, seseorang dapat menggunakan pendengaran dan bacaan.

B. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah suatu bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis (written) atau lisan (oral). Komunikasi verbal menempati porsi besar. Karena kenyataannya, ide-ide, pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal ketimbang non verbal. Dengan harapan, komunikan (baik pendengar maupun pembaca) bisa lebih mudah memahami pesan-pesan yang disampaikan.

Dalam dunia bisnis, komunikasi verbal memiliki porsi besar. Karena kenyataannya, ide-ide, pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal ketimbang nonverbal. Dengan harapan, komunikan (baik pendengar maupun pembaca) dapat lebih mudah untuk memahami pesan-pesan yang disampaikan. Dalam prakteknya, komunikasi verbal dapat dilakukan dengan cara:

1. Berbicara dan menulis. Umumnya untuk menyampaikan bussines message, orang cenderung lebih menyukai berbicara (speaking) dibandingkan dengan menulis (writing), selain karena alasan praktis, speaking dianggap lebih mudah dan lebih menyentuh sasaran dari komunikan. Namun bukan berarti pesan tertulis tidak penting. Untuk menyampaikan pesan bisnis yang panjang dan memerlukan pemahaman serta pengkajian matang, diperlukan pula penyampaian tertulis.
2. Mendengarkan dan membaca. Kenyataan menunjukkan, pelaku bisnis lebih sering mendapatkan informasi ketimbang menyampaikan informasi. Dan aktivitas penerimaan informasi seperti pesan bisnis ini dilakukan lewat proses reading dan listening ini. Sehingga pesan penting sering hanya berlalu begitu saja, dan sebagian kecil yang tercerna dengan baik.
3. Komunikasi verbal digunakan pada saat:
 - Pada saat bertemu dan menyapa
 - Menjelaskan arah
 - Memberi perintah

- Menjawab permintaan
- Melayani konsumen
- Menjelaskan barang-barang dan pelayanan
- Menangani keluhan tamu
- Membuat permintaan maaf
- Berkomunikasi dengan rekan kerja

4. Jenis-jenis komunikasi verbal adalah

- Berbicara merupakan suatu alat untuk mengkomunikasikan gagasan-gagasan yang disusun serta dikembangkan sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan sang pendengar atau penyimak, yang dilakukan minimal oleh dua orang atau lebih.
- Berdiskusi yaitu sebuah interaksi komunikasi antara dua orang atau lebih/kelompok. Biasanya komunikasi antara mereka/kelompok tersebut berupa salah satu ilmu atau pengetahuan dasar yang akhirnya akan memberikan rasa pemahaman yang baik dan benar. Diskusi bisa berupa apa saja yang awalnya disebut topik. Dari topik inilah diskusi berkembang dan diperbincangkan yang pada akhirnya akan menghasilkan suatu pemahaman dari topik tersebut.
- Kuliah adalah sebuah proses satu arah dalam transfer ilmu pengetahuan/nasehat, dari yang memberi kuliah, guru/dosen atau orang tua, kepada murid/anak. Kuliah bisa jadi adalah pintu masuk pertama dari sebuah pembelajaran. Kuliah ada 2 macam yaitu, kuliah secara formal dan kuliah secara non formal.

Contoh:

- Guru menerangkan (formal)
- Dinasehati ibu, memberi masukan dan kritik (nonformal)
- Dialog yaitu kegiatan adu argumentasi antara dua pihak atau lebih, baik secara perorangan maupun kelompok, dalam institusi legislative seperti parlemen, terutama di Negara-negara yang menggunakan sistem oposisi. Dalam hal ini, debat dilakukan menuruti aturan-aturan yang jelas dan hasil dari debat dapat dihasilkan melalui voting atau keputusan juri.
- Percakapan-percakapan yaitu komunikasi dua arah yang dilakukan oleh minimal dua orang, yang didalamnya terdapat topic pembicaraan, bisa tuntas bisa tidak
- Debat argumentasi
Debat adalah kegiatan adu argumentasi antara dua pihak atau lebih, baik secara perorangan maupun kelompok, dalam

mendiskusikan dan memutuskan masalah dan perbedaan.

Argumentasi adalah suatu bentuk retorika yang berusaha mempengaruhi sikap dan pendapat orang lain, agar mereka percaya dan akhirnya bertindak sesuai dengan yang diinginkan oleh penulis atau pembicara. Melalui argumentasi, penulis berusaha merangkai fakta-fakta sedemikian rupa, sehingga ia mampu menunjukkan apakah suatu pendapat atau suatu hal benar atau tidak. Dan dalam ilmu pengetahuan, argumentasi tidak lain adalah usaha untuk mengajukan bukti-bukti atau kemungkinan-kemungkinan untuk menyatakan sikap atau pendapat mengenai suatu hal.

- Berbincang-bincang yaitu ngobrol/percakapan yang sifatnya lebih santai dan hanya digunakan untuk mengisi waktu luang.

C. Bahasa

1. Asal Usul Bahasa

Hingga kini belum ada suatu teori pun yang diterima luas mengenai bagaimana bahasa itu muncul di permukaan bumi. Ada dugaan kuat bahasa nonverbal muncul sebelum bahasa verbal. Teoretikus kontemporer mengatakan bahwa bahasa adalah ekstensi perilaku sosial. Lebih dari itu, bahasa ucap bergantung pada perkembangan kemampuan untuk menempatkan lidah secara tepat di berbagai lokasi dalam sistem milik manusia yang memungkinkannya membuat berbagai suara kontras yang diperlukan untuk menghasilkan ucapan. Kemampuan ini mungkin berhubungan dengan kemampuan manusia lebih awal untuk mengartikulasikan isyarat-isyarat jari-jemari dan tangan yang memudahkan komunikasi nonverbal. Konon, hewan primata (kera, monyet, gorila dan sejenisnya) berevolusi sejak kira-kira 70 juta tahun lalu, dimulai dengan hewan mirip tikus kecil yang hidup sezaman dengan dinosaurus.

Dulu, nenek moyang kita yang juga disebut Cro Magnon ini tinggal di gua-gua. Mereka mempunyai sosok seperti kita, hanya saja lebih berotot dan lebih tegap, mungkin karena hidup mereka penuh semangat dan makan makanan yang lebih sehat. Mereka adalah pemburu dan pengumpul makanan yang berhasil. Ketika mereka belum mampu berbahasa verbal, mereka berkomunikasi lewat gambar-gambar yang mereka buat pada tulang, cadas dan dinding gua yang banyak ditemukan di Spanyol dan Prancis Selatan. Mereka menggambarkan bison, rusa kutub dan mamalia lainnya yang mereka buru. Inilah sarana pertama yang dikenal manusia untuk merekam informasi.

Dalam tahap perkembangan berikutnya, antara 40.000 dan 35.000 tahun lalu Cro Magnon mulai menggunakan bahasa lisan. Ini mungkin karena mereka punya struktur tengkorak, lidah dan kotak suara yang mirip dengan yang kita miliki sekarang. Kelebihan homo sapiens dari makhluk sebelumnya adalah kemampuan mereka untuk mengembangkan salah satu jenis tanda yang disebut dengan simbol atau lambang. Sedangkan makhluk hidup sebelumnya lebih mengandalkan ikon, sinyal atau indeks dalam komunikasi mereka. Kemampuan berbahasa inilah yang membuat mereka terus bertahan hingga kini, tidak seperti makhluk mirip manusia sebelumnya yang musnah. Karena Cro Magnon dapat berpikir lewat bahasa, mereka mampu membuat rencana, konsep, berburu dengan cara yang lebih baik dan mempertahankan diri dengan lebih efektif dalam lingkungan yang keras dan cuaca yang buruk. Mereka juga dapat mengawetkan makanan.

Sekitar 10.000 tahun Sebelum Masehi mereka menemukan cara-cara bertani demi kelangsungan hidup mereka. Pendek kata, homo sapiens semakin makmur dari abad ke abad, karena mereka memiliki lebih banyak pengetahuan untuk bertahan hidup dan mengembangkan budaya mereka, yang kemudian mereka wariskan kepada generasi berikutnya. Mereka tidak hanya menggarap tanah dan beternak tetapi juga mengembangkan teknologi termasuk penggunaan logam, anyaman. Roda, kereta dan barang tembikar. Mereka juga punya waktu untuk bersenang-senang, membuat inovasi dan berkontemplasi. Namun mereka belum dapat menulis. Sementara itu, bahasa pun semakin beraneka ragam. Cara bicara baru berkembang ketika orang-orang menyebar ke kawasan-kawasan baru tempat mereka menemukan dan mengatasi problem-problem baru. Bahasa-bahasa lama pun terus berevolusi dari generasi ke generasi.

Sekitar 5000 tahun lalu manusia melakukan transisi komunikasi dengan memasuki era tulisan, sementara bahasa lisan pun terus berkembang. Transisi paling dini dilakukan bangsa Sumeria dan bangsa Mesir kuno, lalu juga bangsa Maya dan bangsa Cina yang mengembangkan sistem tulisan mereka secara independen. Tahun 2000 Sebelum Masehi, papyrus digunakan secara luas di Mesir untuk menyampaikan pesan tertulis dan merekam informasi. Penyebaran sistem tulisan itu akhirnya sampai juga ke Yunani. Bangsa Yunanilah yang kemudian menyempurnakan dan menyederhanakan sistem tulisan ini. Menjelang kira-kira 500 Sebelum Masehi, mereka telah menggunakan alfabet ini secara luas. Akhirnya alfabet Yunani itu

diteruskan ke Roma tempat sistem tulisan itu disempurnakan lagi. Sistem tulisan dan bahasa lisan itu terus berkembang hingga kini. Kita pun memasuki era cetak pada abad ke 15, yang beberapa abad kemudian disusul oleh era radio, era televisi dan kini era komputer. Kesemuanya telah merekam hasil peradaban manusia untuk disempurnakan lagi oleh generasi-generasi mendatang lewat kemampuan mereka dalam berbahasa.

2. Fungsi Bahasa dalam Kehidupan Manusia

Menurut KKBI (kamus besar bahasa Indonesia) bahasa adalah suatu sistem lambang bunyi yang arbitrer, yang dipakai oleh sekelompok masyarakat untuk bekerjasama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri. Fungsi bahasa yang mendasar adalah untuk menamai atau menjuluki orang, objek dan peristiwa. Setiap orang punya nama untuk identifikasi sosial. Orang juga dapat menamai apa saja, objek-objek yang berlainan, termasuk perasaan tertentu yang mereka alami. Penamaan adalah dimensi pertama bahasa dan basis bahasa dan pada awalnya itu dilakukan manusia sesuka mereka, yang lalu menjadi konvensi.

Mengapa matahari disebut matahari? Karena ia disebut matahari adalah keliru menganggap sesuatu itu mempunyai hanya satu nama yang benar. Benda yang kita terima dari tukang pos kita sebut surat. Ketika isinya kita ketahui menawarkan barang atau jasa kita sebut iklan. Karena kita tidak tertarik pada penawaran itu, benda itu kita buang ke keranjang sampah. Bagaimana kita menjuluki Emha Ainun Najib? Budayawan, cendikiawan, seniman, penulis, kolumnis, kiai, penyanyi atau pelawak? Salah satu menjawabnya: Bergantung pada apa yang sedang ia lakukan saat itu. Bila ia sedang berceramah agama, ia kiai. Bila ia sedang menulis buku, artikel atau kolom ia penulis dan bila ia sedang menyanyi dengan iringan kelompok musiknya ia penyanyi. Suatu objek mempunyai beberapa tingkat abstraksi. Ibu kita adalah ibu, ibu adalah wanita, wanita adalah manusia, manusia adalah makhluk hidup dan makhluk hidup adalah ciptaan Tuhan. Semakin luas kelasnya, semakin abstrak konsep tersebut. Sepanjang hidup kita sebenarnya belajar mengabstraksikan segala sesuatu.

Santoso (2004) berpendapat bahwa terdapat fungsi bahasa sebagai alat komunikasi yakni :

a. Fungsi Informasi

Dalam komunikasi bahasa digunakan sebagai alat untuk menyampaikan informasi. Dalam hal ini bahasa menjadi faktor

yang teramat penting bagi tersampainya sebuah informasi kepada penerimanya. Bahasa yang baik akan mempermudah sebuah informasi untuk diterima dengan baik pula.

b. Fungsi Ekspresi Diri

Dalam komunikasi bahasa berfungsi sebagai penyalur untuk mengeluarkan apa yang kita kehendaki. Bahasa sebagai ekspresi diri dapat diartikan bahwa bahasa merupakan alat yang dapat menginterpretasikan segala hal baik berupa gagasan, perasaan, ide dan lain sebagainya untuk disampaikan kepada orang lain. Fungsi bahasa sebagai ekspresi diri ini memberikan kita kebebasan dalam menyampaikan sebuah ekspresi diri.

c. Fungsi Adaptasi dan Integrasi

Fungsi adaptasi dan integrasi ini bermakna bahwa bahasa menyatukan diri kita dalam masyarakat. Bahasa menjadi modal bagi seorang manusia untuk beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan segala sesuatu yang ada pada lingkungannya. Lebih dari itu bahasa menjadi pemersatu manusia dalam kehidupan masyarakat, bahkan bahasa menjadi faktor pemersatu antar anggota masyarakat dalam satu negara.

d. Fungsi Kontrol Sosial

Fungsi kontrol sosial memiliki makna bahwa bahasa dapat digunakan untuk mempengaruhi sikap dan juga pendapat orang lain. Dalam hal ini kemampuan untuk mempengaruhi sikap dan pendapat tersebut dapat dijadikan sebagai alat guna mencapai satu kehidupan masyarakat yang baik dan ideal. Sementara itu Hallyday (1992) mengemukakan tujuh fungsi bahasa sebagai alat komunikasi yakni :

e. Fungsi Instrumental

Dalam hal ini bahasa digunakan dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Dapat dikatakan bahwa bahasa dalam pemaknaanya sebagai alat komunikasi memiliki tujuan dari orang yang menyampaikan bahasa atau informasi tersebut yakni agar lawan bicaranya melakukan apa yang ia kehendaki.

f. Fungsi Regulasi

Dalam hal ini bahasa berfungsi untuk mengatur dan juga mengendalikan seseorang. Artinya bahwa bahasa dijadikan sebagai alat pengatur dan juga pengendali tingkah laku seseorang. Hal ini biasanya digunakan dalam komunikasi organisasi yang melibatkan antara pimpinan dan bawahan.

g. Fungsi Interaksional

Fungsi interaksional memiliki arti bahwa bahasa berfungsi sebagai alat untuk berinteraksi dengan orang lain. Bahwa bahasa digunakan oleh manusia sebagai alat dalam bergaul dengan sesamanya. Dalam hal ini bahasa memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan Manusia sebagai alat komunikasi mengingat manusia yang tak bisa hidup sendiri memerlukan interaksi untuk senantiasa berhubungan dengan orang lain.

h. Fungsi Personal

Bahasa memiliki fungsi untuk menyampaikan dan menggambarkan apa yang dirasakan atau hendak disampaikan oleh penggunanya kepada orang lain. Bahasa dalam hal ini juga dapat memberitahu keadaan pribadi seseorang. Misalkan saja melalui bahasa yang digunakan kita dapat mengetahui kondisi orang tersebut apakah dia sedang sedih, marah maupun senang.

i. Fungsi Heuristik

Dalam hal ini bahasa memiliki fungsi penting sebagai alat komunikasi dalam rangka mencari dan mengembangkan ilmu pengetahuan. Sebuah ilmu pengetahuan akan dapat dipelajari apabila tertuang dalam sebuah bahasa yang dapat dipahami oleh mereka yang mempelajarinya.

j. Fungsi Imajinatif

Dalam hal ini bahasa berfungsi guna mengkomunikasikan sebuah imajinasi dalam diri seseorang. Misalkan saja apa yang tertuang dalam sebuah novel fiksi merupakan hasil dari imajinasi seseorang yang kemudian dibaca dan pesanya tersampaikan kepada pembacanya sehingga terjadi sebuah arus komunikasi.

k. Fungsi Representasional

Artinya bahwa komunikasi memiliki fungsi untuk menggambarkan sesuatu baik benda, perasaan, gagasan, pesan, informasi dan sebagainya. Sebagai contoh komunikasi dapat menjelaskan bahwa gula itu memiliki rasa yang manis, komunikasi juga dapat menjelaskan mana benda yang disebut meja dan juga mana yang disebut kursi.

3. Keterbatasan Bahasa

Berbicara tentang komunikasi verbal, yang persentasenya hanya 35% dari keseluruhan komunikasi kita, banyak orang tidak sadar bahwa bahasa itu terbatas. Keterbatasan bahasa tersebut dapat kita uraikan sebagai berikut:

- a. Keterbatasan Jumlah Kata yang Tersedia untuk Mewakili Objek
Kata-kata adalah kategori-kategori untuk merujuk pada objek tertentu: orang, benda, peristiwa, sifat, perasaan dan sebagainya. Tidak semua kata tersedia untuk merujuk pada objek. Suatu kata hanya mewakili realitas tetapi bukan realitas itu sendiri. Dengan demikian, kata-kata pada dasarnya bersifat parsial, tidak melukiskan sesuatu secara eksak. Oleh karena itu, ada kalanya kita sulit menamai suatu objek. Misalnya, nama apa yang harus kita berikan pada sebuah benda yang bentuknya mirip pintu, tetapi berukuran kecil, misalnya 50cm x 20cm: pintu, pintu kecil, jendela, jendela kecil, lubang angin, atau apa? Kata-kata sifat dalam bahasa cenderung dikotomis (oposisi biner), misalnya baik-buruk, kaya-miskin, pintar-bodoh, bahagia-sengsara, tebal-tipis dan sebagainya. Agar realitas yang kita ungkapkan lebih tepat, kita terkadang menggunakan kata penguat sangat atau sekali seperti dalam kalimat, "Aduh, pintar sekali orangnya," atau kata pelemah kurang atau agak, seperti dalam kalimat, "Dia sih mahasiswa yang kurang pandai." Akan tetapi kategori-kategori ini tetap saja masih terbatas, tidak mungkin diterapkan kepada setiap orang, benda atau peristiwa yang kita temui.
- Kesulitan menggunakan kata yang tepat juga kita alami ketika kita ingin mengungkapkan perasaan. Pesan verbal biasanya lebih lazim kita gunakan untuk menerangkan sesuatu yang bersifat faktual-deskriptif-rasional. Akan tetapi, untuk mengungkapkan sesuatu yang sangat afektif dan pribadi, kita biasanya lebih mengandalkan pesan nonverbal. Perasaan sayang seorang suami kepada istrinya akan lebih bermakna bila diungkapkan dengan senyuman, tatapan mata, atau setuhan daripada dengan kata-kata semata.
- Keterbatasan jumlah kategori untuk menamai objek sebenarnya berfungsi untuk mengendalikan lingkungan kita, dan memudahkan kita untuk berkomunikasi dengan orang lain dan berbagi pengalaman serta pengetahuan dengan mereka. Bayangkan, betapa sulitnya kita berkomunikasi dengan orang lain kalau kita dibebani dengan kosa kata tentang warna yang terdiri dari ratusan nama warna apalagi ratusan ribu nama warna. Akan tetapi, penamaan suatu objek yang bersifat kira-kira itu sebenarnya sekaligus merupakan hambatan bagi kita untuk berkomunikasi. Artinya, selalu ada perbedaan antara

makna dalam kepala kita dengan makna dalam kepala orang lain, sekecil apa pun perbedaan itu.

b. Kata-Kata Bersifat Ambigu dan Kontekstual

Kata-kata bersifat ambigu, karena kata-kata merepresentasikan persepsi dan interpretasi orang-orang, yang menganut latar belakang sosial budaya yang berbeda-beda. Oleh karena itu, terdapat berbagai kemungkinan untuk memaknai kata-kata tersebut. Konsep dan lain-lain (dll.), dan sebagainya (dsb.), dan seterusnya (dst.), yang semacamnya, sedemikian rupa, hingga derajat tertentu, kira-kira dan lebih kurang, sebenarnya menunjukkan bahwa tidak ada pernyataan yang dapat mewakili dunia nyata. Meskipun terdapat pengetahuan yang komprehensif mengenai suatu subjek, akan selalu ada hal lain atau hal baru untuk dipertimbangkan. Juga suatu gagasan dalam tanda petik ("...") menunjukkan bahwa gagasan tersebut masih diragukan, atau tidak dianggap kebenaran mutlak. Kata-kata, selalu, sering, setiap orang, semua orang, dan dengan teratur, sebenarnya bersifat ambigu. Kata berat mempunyai makna yang nuansanya beraneka ragam, misalnya: Tubuh orang itu berat; kepala saya berat; dosen itu memberikan sanksi yang berat kepada mahasiswanya yang menyontek; dan sebagainya. Begitu juga kata panas, seperti dalam kalimat atau frase, "Hari ini panas," "Kopi panas," "Adik sakit panas," dan sebagainya. Bahkan kata besar pun juga ambigu, seperti dalam dialog yang berasal dari kehidupan nyata berikut.

Dalam kehidupan sehari-hari kita sering menggunakan kata-kata ambigu, termasuk eufemisme, seperti "Mari kita menyantap makanan laut "ketimbang" Mari kita makan ikan mati. Kata yang sama mungkin memiliki makna berbeda bagi orang-orang berbeda dan makna berbeda bagi orang yang sama dalam waktu berbeda. Suatu kata yang sama mungkin tidak tepat atau memberi makna aneh dan lucu bila digunakan dalam konteks (kalimat) lain dengan pelaku yang berbeda, misalnya seperti dalam dialog berikut:

- + "Pak, apa kabar?"
- "Aduh, (badan) saya lagi nggak enak, nih"
- + "Ibu, bagaimana?"
- "Kalau ibu sih enak."

Oleh karena kata-kata bersifat kontekstual, terkadang kita sulit

mencari padanan suatu kata dalam bahasa lain. Contohnya, kata amis dalam bahasa Sunda berarti "manis" dalam bahasa Indonesia, namun manis di sana merujuk pada manis menurut lidah, bukan manis menurut pandangan mata. Jadi tidaklah benar bila orang non-Sunda mengatakan, "Ceweknya amis euy!" Dalam bahasa Sunda kata hareudang berarti "panas" (lebih tepatnya "gerah"). Jadi keliru bila orang non-Sunda mengatakan, "Pisang gorengna hareudang" ("Pisang gorengnya gerah"). Terjemahan kata "rumah" adalah house atau home dalam bahasa Inggris, bergantung pada konteksnya. House hanya sekedar benda, misalnya untuk dijual, seperti dalam kalimat *the house is for sale*, sedangkan home menunjukkan rumah dan keluarga yang mengisinya (yang saling berhubungan dan menyayangi) seperti dalam kalimat *I am going home*.

Ruang dan waktu mengubah makna kata. Menurut Hubert Alexander, makna harus dianggap sebagai proses ketimbang sesuatu yang statis. Kata-kata baru muncul, sementara kata-kata lama pelan-pelan menghilang, satu demi satu. Gaya bahasa yang dulu populer kini menjadi klise.

Prinsip bahwa kata-kata bersifat kontekstual sebenarnya mengisyaratkan bahwa aturan-aturan baku dalam berbahasa tidaklah mutlak. Misalnya, kata-kata sifat dalam bahasa Indonesia umumnya dapat dibubuhi awalan ke dan akhiran an, seperti: adil menjadi keadilan; cantik menjadi kecantikan; jujur mejadi kejujuran; marah menjadi kemarahan; pandai menjadi kepandaian. Namun prinsip itu tidak berlaku untuk kata sifat malu; malu menjadi rasa malu, bukan kemaluhan.

Seorang wanita Swedia mengajak seorang wanita Yogya untuk berenang, tetapi "Malu" jawab wanita Yogya itu. Wanita Swedia yang tengah belajar bahasa Indonesia di UGM itu lalu menjawab, "Datang saja. Nanti kalau sudah beberapa kali kemaluannya akan hilang." Tentu saja kemaluannya tidak akan pernah hilang. Percakapan pun menjadi kocak. Wanita Swedia itu baru mendapat pelajaran tentang penggunaan kata benda dengan menggunakan awalan "ke" dan akhiran "an".

c. Kata-Kata Mengandung Bias Budaya

Bahasa terikat oleh konteks budaya. Dengan ungkapan lain, bahasa dapat dipandang sebagai perluasan budaya. Menurut Hipotesis Sapir Whorf, sering juga disebut Teori Relativitas

Linguistik, sebenarnya setiap bahasa menunjukkan suatu dunia simbolik yang khas, yang melukiskan realitas pikiran, pengalaman batin dan kebutuhan pemakainya. Jadi bahasa yang berbeda sebenarnya mempengaruhi pemakainya untuk berpikir, melihat lingkungan dan alam semesta di sekitarnya dengan cara yang berbeda dan karenanya berperilaku secara berbeda pula. Hipotesis yang dikemukakan Benjamin Lee Whorf dan mempopulerkan serta menegaskan pandangan gurunya Edward Sapir ini menyatakan bahwa (1) Tanpa bahasa kita tidak dapat berpikir; (2) Bahasa mempengaruhi persepsi; dan (3) Bahasa mempengaruhi pola berpikir. Hipotesis Sapir-Whorf ini tampaknya sulit diuji. Sebabnya, pertama, kita sulit mendefinisikan berpikir, kedua, kita lebih sulit lagi menemukan orang yang tidak berbahasa, sebagai pembandingnya. Dengan kata lain, kita tidak punya cara menafsirkan realitas tanpa menggunakan bahasa.

Hingga derajat tertentu, hipotesis Whorf-Sapir ini ada benarnya. Mereka mengasumsikan bahwa beberapa bahasa tidak mengandung kata-kata untuk objek-objek dalam bahasa-bahasa lain. Dalam bahasa Arab klasik, konon terdapat lebih dari 6.000 kata untuk melukiskan unta-warnanya, struktur tubuh, jenis kelamin, usia, gerak, kondisi dan perlengkapannya. Penduduk asli Sahara mempunyai 200 kata untuk melukiskan kurma, bahan pokok mereka dalam kehidupan dan 20 cara berbeda untuk melukiskan bukit pasir. Hal ini juga mengisyaratkan arti penting objek-objek tersebut dalam budaya mereka. Kata *rice* dalam bahasa Inggris dapat diterjemahkan menjadi tiga kata yang maknanya berbeda dalam bahasa Indonesia, yakni gabah, beras dan nasi. Ini menunjukkan bahwa kita orang Indonesia lebih peduli pada benda ini daripada orang Inggris.

Tingkatan-tingkatan bahasa dalam bahasa Jawa (kromo versus Ngoko misalnya) dan dalam bahasa Sunda menunjukkan alam pikiran (baca: status sosial) yang berbeda pula bagi pihak-pihak yang menggunakan bahasa tersebut. Sebagai contoh, dalam bahasa Sunda terdapat sejumlah kata untuk orang pertama, yaitu: *abdi*, *kuring*, *uing*, *urang*, *kula*, *dewek* dan *aing*, sedangkan untuk orang kedua adalah: *andika*, *anjeun*, *maneh*, *silailing* dan *sia*. Kata *makan* dapat diterjemahkan menjadi sejumlah kata dalam bahasa Sunda, seperti:

- Neda, untuk diri sendiri
- Tuang, untuk orang yang kita hormati
- Dahar, untuk teman sebaya yang sudah akrab atau bawahan/pembantu
- Nyatu, untuk hewan
- Emam, untuk anak kecil

d. Percampuradukan Fakta, Penafsiran dan Penilaian

Dalam berbahasa kita sering mencampurkan fakta (uraian), penafsiran (dugaan), dan penilaian. Masalah ini berkaitan dengan kekeliruan persepsi, misalnya apa yang tergambar dalam benak kita ketika pada hari kerja kita menemukan seorang pegawai di suatu perusahaan swasta sedang menutup wajahnya dengan selembar koran, dengan posisi duduk menyandar ke belakang. Kemungkinan besar kita akan langsung memberi penafsiran, misalnya "Orang itu pemalas." Padahal kalau kita tegur dia dengan tiba-tiba atau kita marahi dia, bukan tidak mungkin dia menjawab, "Saya sedang memikirkan suatu gagasan yang hebat bagaimana memajukan perusahaan kita. Saking kerasnya saya berpikir, saya sampai memejamkan mata dan menutup wajah saya dengan koran."

Dalam kehidupan sehari-hari kita sering mencampurkan fakta dan dugaan. Banyak peristiwa yang kita anggap fakta sebenarnya merupakan dugaan yang berdasarkan kemungkinan, misalnya, "Ani bingung (atau sedih, ngambek, bahagia)." Kebanyakan orang menganggap "Ani bingung" sebagai pernyataan fakta. Kalau kita tanya pembicara, "Bagaimana kamu tahu?" ia mungkin akan menjawabnya, "Saya kan melihatnya!" Jawaban yang lebih akurat adalah: "Wajahnya bersemu merah ketika saya katakan padanya bahwa Joko memperoleh nilai lebih tinggi daripada dia." Jawaban itu lebih faktual karena menguraikan perilaku yang mendasari dugaan Anda mengenai kemarahan Ani. Komunikasi kita akan lebih efektif kalau kita memisahkan pernyataan fakta dengan dugaan.

D. Kerumitan Makna Kata

Sering kita bertanya, "Apa arti kata itu?" Kita menganggap bahwa arti atau makna dikandung setiap kata yang kita ucapkan. Sebenarnya kita keliru bila kita menganggap bahwa kata-kata itu mempunyai makna. Kitalah yang memberi makna pada kata, dan makna yang kita berikan kepada kata yang sama bisa berbeda-beda bergantung pada konteks ruang

dan waktu. Bahkan, sebelum kita menanyakan makna suatu kata, kita terlebih dulu harus menjawab pertanyaan, "Apakah makna dari makna?" Pertanyaan ini merupakan salah satu masalah besar dalam filsafat. Makna adalah bagian yang tidak terpisahkan dari semantik dan selalu melekat dari apa saja yang kita tuturkan. Pengertian dari makna sendiri sangatlah beragam. Mansoer Pateda (2001:79) mengemukakan bahwa istilah makna merupakan kata-kata dan istilah yang membingungkan. Makna tersebut selalu menyatu pada tuturan kata maupun kalimat. Terdapat banyak komponen dalam makna yang dibangkitkan suatu kata atau kalimat. Dengan kata-kata Brown, "Seseorang mungkin menghabiskan tahun-tahunnya yang produktif untuk menguraikan makna suatu kalimat tunggal dan akhirnya tidak menyelesaikan tugas itu. Konsep makna itu sendiri memiliki berbagai makna tanpa ada satu makna pun lebih "benar" dari makna yang lainnya. Seperti kata-kata lainnya, makna mempunyai beberapa definisi. Salah satu alasan terdapatnya berbagai makna dari makna adalah masalah lokasi: "Dimana lokasi makna?"

Makna muncul dari hubungan khusus antara kata (sebagai simbol verbal) dan manusia. Makna tidak melekat pada kata-kata, namun kata-kata membangkitkan makna dalam pikiran orang. Jadi, tidak ada hubungan langsung antara suatu objek dan simbol yang digunakan untuk merepresentasikannya. Ketika kita mengatakan "Saya sakit perut," misalnya, pengalaman itu nyata, tetapi tidak seorang pun dapat merasakan rasa sakit itu, bahkan dokter yang berusaha mengobati rasa sakit kita. Jadi hubungan itu diciptakan dalam pikiran si pembicara.

Semantik adalah ilmu mengenai makna kata-kata, suatu definisi yang menurut S.I Hayakawa tidaklah buruk bila orang-orang tidak menganggap bahwa pencarian makna kata mulai dan berakhir dengan melihatnya dalam kamus. Makna dalam kamus tentu saja lebih bersifat kebahasaan (linguistik), yang punya banyak dimensi: simbol merujuk pada objek di dunia nyata; pemahaman adalah perasaan subjektif kita mengenai simbol itu; dan referen adalah objek yang sebenarnya eksis di dunia nyata. Padahal di samping itu, terdapat pula makna kata yang bersifat filosofis, psikologis, dan logis.

Makna dapat pula digolongkan ke dalam: makna denotatif dan makna konotatif. Makna denotatif adalah makna yang sebenarnya (faktual), seperti yang kita temukan dalam kamus. Karena itu, makna denotatif lebih bersifat publik. Sejumlah kata bermakna denotatif, namun banyak kata juga bermakna konotatif, lebih bersifat pribadi yakni makna di luar rujukan objektifnya. Dengan kata lain, makna konotatif lebih bersifat

subjektif dan emosional daripada makna denotatif.

Kita merasa pramuniaga itu lebih bergengsi daripada pelayan toko, sebagaimana kita merasa tunawisma lebih baik daripada gelandangan. Makna denotatif dan makna konotatif itu menjadi lebih rumit lagi bila kita mempertimbangkan budaya yang berbeda. Chair dalam bahasa Inggris berarti kursi yang pada dasarnya denotatif bagi orang berbahasa Inggris. Namun bagi orang Indonesia yang gila jabatan, kata kursi berkonotasi lebih kuat daripada kata chair bagi orang Amerika yang punya kecenderungan yang sama.

Simbol atau lambang adalah sesuatu yang mewakili sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Karena itu makna ada di kepala bukan pada lambang. tetapi kita sering merespons suatu kata seakan-akan kata adalah objek yang diwakili kata tersebut. Misalnya, tiba-tiba kita merasa takut ketika mendengar kata kalajengking, ular, atau harimau. Dalam komunikasi, harus realistis dan memerhatikan bagaimana simbol mempengaruhi perilaku alih-alih membuang waktu bagaimana menjinakkan kekuatan kata-kata. Betapapun, jika kata-kata tidak membawa makna kepada kita dan jika kita tidak bereaksi terhadap kata-kata, kata-kata itu tidak berguna, simbol mempunyai dampak emotif karena simbol dipasangkan dengan referen.

Kata-kata tidak bermakna dengan sendirinya, melainkan bila kita memaknai kata tersebut. Kata-kata bukanlah objek yang diwakilinya, jadi ketika kita berbicara dengan orang lain, kita hanya menyampaikan kata-kata bukan makna. Kata-kata merangsang makna yang dianut orang lain terhadap kata-kata itu. Pembicaraan akan berjalan lancar bila makna yang kita berikan terhadap kata-kata mirip dengan makna yang diberikan orang lain terhadap kata-kata yang sama. Pada kenyataannya tidak selalu demikian, boleh jadi suatu kata yang sama merujuk pada objek yang berbeda, atau kata-kata yang berbeda merujuk pada objek yang sama di dua daerah yang berbeda. Kata taksi yang di Jakarta atau Bandung biasanya berarti sedan sewaan, adalah sebutan untuk angkot (angkutan kota) di beberapa daerah lain di Indonesia seperti di Kuningan, Tasikmalaya, Palembang, Pontianak, Bengkulu, dan Papua. Sedangkan di Mataram, Lombok, Denpasar, dan di Kupang (NTT) kata bemo digunakan untuk merujuk pada angkot beroda empat ini. Di Jakarta, Bekasi dan Kendari angkot ini disebut mikrolet sedangkan di Banda Aceh disebut labi-labi.

Banyak teoritikus bahasa mengemukakan bahwa kebanyakan kata mempunyai makna majemuk. Setiap kata dari kata-kata seperti: merah,

kuning, hitam, dan putih mempunyai makna (konotatif) yang berlainan. Sebagai ilustrasi, 500 kata dalam bahasa Inggris yang paling sering digunakan memiliki setidaknya 14.000 definisi yang berbeda. Dalam Roget's Thesaurus, terdapat kira-kira 12 sinonim untuk kata hitam, dan setidaknya 60% dari jumlah itu bersifat ofensif, termasuk "noda", "jelaga", "iblis", dan "curang"; juga terdapat kira-kira 134 sinonim untuk kata putih, dan semua artinya positif seperti "murni", "bersih", dan "suci". Jadi, kata hitam umumnya berkonotasi negatif, sedangkan kata putih berkonotasi positif.

Kata-kata boleh jadi terus berevolusi, dengan makna yang terus juga berubah. Sebagian kata menghilang, sejumlah kata baru muncul. Situasi-situasi baru menciptakan makna-makna baru.

1. Bahasa Daerah Vs Bahasa Daerah

Oleh karena di dunia ini terdapat berbagai kelompok manusia dengan budaya dan subbudaya yang berbeda, tidak mengherankan bila terdapat kata-kata yang (kebetulan) sama atau hampir sama tetapi dimaknai secara berbeda, atau kata-kata yang berbeda namun dimaknai secara sama. Konsekuensinya, dua orang yang berasal dari budaya yang berbeda boleh jadi mengalami kesalahpahaman ketika mereka menggunakan kata yang sama. Misalnya kata awak untuk orang Minang berarti "saya" atau "kita", sedangkan dalam bahasa Melayu (di Palembang, Malaysia dan Singapura misalnya) berarti "kamu". Dapat kita bayangkan apa yang terjadi bila orang Minang dan orang Malaysia sama-sama menggunakan kata awak. Terdapat sejumlah kata yang sama dalam bahasa Sunda dan bahasa Jawa, namun mempunyai arti yang berbeda. Kata sare (tidur) dan dahar (makan) yang merupakan kata halus untuk orang tua dalam bahasa Jawa, ternyata hanya boleh digunakan untuk teman sebaya yang sudah akrab atau bawahan di daerah Sunda. Kata cokat dalam bahasa Sunda berarti "ambil", namun dalam bahasa Jawa berarti "gigit". Kata amis dalam bahasa Sunda (yang artinya "manis") ternyata berarti anyir dalam bahasa Jawa.

2. Bahasa Daerah Vs Bahasa Indonesia

Sejumlah kata dari bahasa daerah juga digunakan dalam bahasa Indonesia (atau bahasa Indonesia dalam dialek Betawi), atau sebaliknya, kata-kata Indonesia terdengar seperti diselipkan dalam bahasa daerah, namun artinya sangat jauh berbeda. Misalnya, kata sok dalam bahasa Sunda sering disalahtafsirkan oleh orang non-Sunda. Dalam bahasa Betawi atau bahasa Indonesia sok itu berarti sombong, seperti dalam kalimat "Orangnya paling sok". Berbeda

dengan arti sok dalam bahasa Sunda yang berarti "Silakan". Kata bola dalam bahasa Sunda berarti "benang", kata mangga dalam bahasa Indonesia adalah buah dalam bahasa Sunda. Orang-orang dari suatu suku yang datang ke daerah lain, untuk tinggal sementara atau selamanya pada awalnya mungkin akan menemukan kesulitan dalam adaptasi mereka. Seperti tergambar dalam ilustrasi berikut: Seorang lelaki Jakarta berkunjung ke Makassar. Suatu hari ia memasuki sebuah restoran. Maka terjadilah dialog seperti ini.

Pelayan restoran : Makan apa, Pak?

Lelaki Jakarta : "Bolu"

Pelayan restoran : Lainnya?

Lelaki Jakarta : "Bolu doang"

Pelayan restoran : Minumnya?

Lelaki Jakarta : "Teh aja"

Pelayan restoran : Mm, jadi teh atau kopi?

Lelaki Jakarta : "Teh dong"

Maka jangan marah jika pelayan menghidangkan masakan yang terdiri dari bandeng, udang dan daging kerbau. Karena dalam bahasa Makassar, bolu berarti "bandeng", tedong berarti "kerbau", doang berarti "udang" dan teaja berarti "tidak mau".

Orang-orang Jawa yang dibesarkan diluar daerah kelahiran mereka termasuk pujakesuma (putera Jawa kelahiran Sumatera) yang tidak bisa berbahasa Jawa, ketika merayakan Idul Fitri di Jawa pasti terheran-heran ketika setiap orang yang menyalami mereka mengucapkan Sugeng Riyadi. Kok namanya sama semua. Ternyata artinya Selamat Hari Raya.

3. Bahasa Indonesia Vs Bahasa Malaysia

Suatu bangsa atau suku biasanya menganggap bahasanya sendiri sebagai yang terbaik dan menganggap bahasa lain tidak alamiah baik cara bicara ataupun kata yang diucapkan. Mengapa mereka tidak menggunakan kata-kata yang benar untuk menyebut segala sesuatu? Maka jangan heran jika ada orang Malaysia berkata "sepasang kelamin tinggal dirumah itu", Sepasang kelamin berarti "sepasang suami istri". "mari kita tengok wayang" (wayang = film). Ketika kita berkomunikasi dengan orang Malaysia, terutama untuk pertama kalinya kesalahpahaman mungkin tak dapat dihindarkan seperti ilustrasi berikut:

Seorang peserta Indonesia yang pernah mengikuti suatu konferensi di Malaysia menuturkan pengalaman lucunya. Ketika rombongan baru tiba di hotel, ia mendapat pesan telepon yang berbunyi "seluruh

peserta konferensi dari Indonesia dijemput ketempat panitia pukul 20.00”. berita tersebut langsung disampaikan kepada teman-teman lainnya. Tepat pukul 20.00 mereka siap menunggu di lobi hotel, tetapi sampai pukul 21.00 jemputan juga belum datang. Lalu salah seorang dari mereka menelepon panitia. Seusia menelepon, orang itu terus tertawa, membuat orang lain bingung. Ia menjelaskan bahwa mereka semua yang salah, bukan panitia. Dalam bahasa Malaysia, ternyata dijemput berarti “ diundang”.

Berikut sejumlah kata Malaysia bersama sinonimnya dalam bahasa Indonesia, yang dapat menimbulkan kesalahpahaman.

Tabel 7.1 Sinonim Bahasa Indonesia dengan Malaysia

Bahasa Malaysia	Bahasa Indonesia
Kementerian Tuduh Menuduh	Kementerian Hukum Dan Ham
Kementerian Agama	Kementerian Tak Berdosa
Angkatan Darat	Laskar Hentak – Hentak Bumi
Angkatan Laut	Angkatan Basah Kuyup
Angkatan Udara	Laskar Angin - Angin
Merayap Bersetubuh	Dengan Bumi
Purnawirawan Militer	Pasukan Tak Berguna
Menteri Kehutanan	Menteri Semak Belukar
Belok Kiri	Pusing Kiri
Belok Kanan	Pusing Kanan
Penghapus	Pemadam
Tidak Bisa	Tidak Boleh
Percuma	Gratis
Anak Kecil	Budak Cilik
Pusing-Pusing	Berkeliling, Berputar
Satpam	Penunggu Maling
Seronok	Bagus, Menyenangkan, Meriah
Aduk	Kacau
Pejabat Negara	Kaki Tangan Negara
Tewas	Kalah
Tidak Boleh Tidur	Tidak Dapat Tidur
Kulkas	Peti Sejuk

Banyak kata Malaysia diadopsi dari bahasa Inggris seperti : universiti, fesyen (fashion), komen (comment).

4. Bahasa Daerah/Bahasa Indonesia Vs Bahasa Asing Lainnya

Terkadang kita menemukan kata-kata dalam bahasa daerah atau bahasa Indonesia yang sama atau mirip dengan kata-kata asing, tetapi dengan makna yang berbeda. Mungkin kita akan geli

membaca atau mendengar kata-kata tersebut.

Dalam bahasa Filipina, kata *bawal* berarti "dilarang", *bagong* berarti "baru", *balita* berarti "berita". Jadi, *magandang balita* berarti berita baik.

Tahukah apa makna kata *cincin* dalam bahasa Jepang? Berikut ceritanya. Sepupu saya baru pulang dari Jepang. Ia bercerita bahwa seorang teman pria Jepang bertanya macam-macam tentang Indonesia, lalu menunjuk *cincin* yang dipakainya. Apa bahasa Indonesianya ini? *Cincin* jawabnya. Temannya yang orang Jepang agak tersipu. Kemudian sepupu saya bertanya lagi, kenapa? Tidak apa-apa, jawabnya. Lalu teman pria itu bertanya, apa kamu suka *cincin*? Tentu saja. memangnya kamu mau membelikan saya *cincin*? Sahut sepupu saya. Temannya tertawa terbahak-bahak. Kalau kamu mau, sekarang juga akan saya kasih. Sepupu saya mulai merasa heran. Maka ia pun bertanya. Sebenarnya dalam bahasa Jepang *cincin* artinya apa? Lalu temannya menjelaskan *cincin* dalam bahasa Jepang berarti alat kelamin laki-laki. Setelah itu mereka tertawa terbahak-bahak.

E. Nama sebagai Simbol

Fungsi pertama bahasa adalah penamaan. Nama diri sendiri adalah simbol pertama dan utama bagi seseorang. Nama dapat melambangkan status, cita rasa budaya, untuk memperoleh citra tertentu atau sebagai nama hoki. Nama pribadi adalah unsur penting identitas seseorang dalam masyarakat, karena interaksi dimulai dengan nama dan baru diikuti dengan atribut lainnya. Nama yang kita terima sejak lahir tidak hanya mempengaruhi kehidupan kita, tetapi juga mempengaruhi orang lain untuk memperlakukan kita dan terpenting mempengaruhi kita dalam mempersepsi diri sendiri.

Nama adalah bagian dari konsep diri yang sangat penting. Bahkan nama menunjukkan kesadaran seseorang. Perubahan nama orang yang tadinya non-Muslim menjadi Muslim adalah salah satu pertanda perubahan jati dirinya dan hubungannya dengan alam semesta.

Nama jelas bersifat simbolik. Nama yang dianggap bagus atau keren menimbulkan kesan yang positif pada pendengar atau pembaca nama itu. Suatu penelitian menemukan bahwa orang bernama Jhon dipersepsi sebagai orang yang ramah dan dapat dipercaya, James, Michael, Wendy sebagai orang yang aktif.

Terdapat bukti bahwa nama yang lazim memberi kesan lebih baik daripada nama yang kurang lazim. Suatu penelitian menemukan bahwa guru-guru cenderung terpengaruh oleh nama.

Pemilihan nama ditentukan oleh faktor agama. Selain itu karena nama tersebut unik atau nama tokoh favorit dan peristiwa penting saat kelahiran seperti nama berbau milenium yaitu Millenio. Tetapi nama tokoh politik seperti Megawati, Amin Rais, dan lain-lain jarang dipilih. Berbagai cara digunakan oleh suatu budaya untuk memberi nama seorang anak yang lahir. Di Bali, urutan seorang anak dalam diketahui berdasarkan namanya: Wayan, Made, Nyoman, Ketut. Masing-masing anak pertama, kedua, ketiga, keempat.

Nama hewan pun dapat berfungsi sebagai simbol. Burung merak melambangkan keindahan dan keanggunan. Bunglon melambangkan orang yang plinplan. Bebek melambangkan orang yang selalu patuh dan mengekor pendapat orang lain. Belut melambangkan orang yang licik dalam berdagang dan berpolitik. Ayam melambangkan orang yang penakut dan lembek.

Penamaan seseorang ternyata tidak sederhana. Nama dapat juga menyusahkan penyandanginya. Orang yang bernama Muhammad, Khadijah mungkin akan terbebani jika mereka melakukan sifat yang buruk. Sementara julukan yang tidak tepat akan timbul "nubuat yang dipenuhi diri sendiri".

BAB 7

Bahasa Gaul

A. Pendahuluan

Bahasa merupakan suatu identitas sebuah bangsa, bahasa adalah sistem lambang bunyi ujaran yang digunakan untuk berkomunikasi oleh masyarakat. Bahasa yang baik berkembang berdasarkan suatu sistem, yaitu seperangkat aturan yang dipatuhi oleh pemakainya. Bahasa sendiri berfungsi sebagai sarana komunikasi serta sebagai sarana integrasi dan adaptasi.

Bahasa adalah alat komunikasi antara anggota masyarakat berupa simbol bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia. Dengan adanya bahasa sebagai alat komunikasi, maka semua yang ada di sekitar manusia mendapat tanggapan dalam pikiran manusia, disusun dan diungkapkan kembali kepada orang lain sebagai bahan komunikasi. Komunikasi ini memungkinkan setiap orang untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosial.

B. Pengertian Bahasa Menurut Para Ahli

Pengertian Bahasa adalah sebuah sarana untuk makhluk hidup guna berinteraksi sosial dengan sesama makhluk hidup yang lainnya baik itu sejenis maupun bukan sejenis. Bahasa merupakan sebuah kunci pokok untuk kehidupan manusia, hal ini karena dengan adanya bahasa seseorang dapat berinteraksi dengan sesamanya serta bahasa ialah sumber daya untuk kehidupan bermasyarakat. Adapun sebuah bahasa dapat untuk digunakan jika dapat saling memahami atau mengerti erat hubungannya dengan penggunaan dari sumber daya bahasa yang dimiliki.

Pengertian Bahasa menurut Bill Adams, Bahasa merupakan sistem pengembangan psikologi setiap individu dalam konteks yang intersubjektif. Pengertian Bahasa menurut Wittgenstein, Bahasa ialah sebuah bentuk pemikiran yang dapat untuk dipahami serta mempunyai suatu hubungan

dengan kenyataan, memiliki struktur, serta bentuk yang logis.

Sedangkan bahasa menurut Ferdinand De Saussure Bahasa merupakan salah satu ciri yang menjadi pembeda, hal ini karena dengan memakai bahasa maka setiap kelompok yang ada pada masyarakat dapat menjadi dirinya sebagai kesatuan yang berbeda dengan kelompok lain.

C. Karakteristik Bahasa

Telah disebutkan di atas bahwa bahasa adalah sebuah sistem berupa bunyi, bersifat abitrer, produktif, dinamis, beragam dan manusiawi. Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa di antara karakteristik bahasa adalah abitrer, produktif, dinamis, beragam, dan manusiawi.

1. Bahasa Bersifat Abitrer

Bahasa bersifat abitrer artinya hubungan antara lambang dengan yang dilambangkan tidak bersifat wajib, bisa berubah dan tidak dapat dijelaskan mengapa lambang tersebut mengonsepi makna tertentu. Secara kongkret, alasan “kuda” melambangkan ‘sejenis binatang berkaki empat yang bisa dikendarai’ adalah tidak bisa dijelaskan.

Meskipun bersifat abitrer, tetapi juga konvensional. Artinya setiap penutur suatu bahasa akan mematuhi hubungan antara lambang dengan yang dilambangkannya. Dia akan mematuhi, misalnya, lambang ‘buku’ hanya digunakan untuk menyatakan ‘tumpukan kertas bercetak yang dijilid’, dan tidak untuk melambangkan konsep yang lain, sebab jika dilakukannya berarti dia telah melanggar konvensi itu.

2. Bahasa Bersifat Produktif

Bahasa bersifat produktif artinya, dengan sejumlah besar unsur yang terbatas, namun dapat dibuat satuan-satuan ujaran yang hampir tidak terbatas. Misalnya, menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia susunan WJS. Purwadarminta bahasa Indonesia hanya mempunyai kurang lebih 23.000 kosa kata, tetapi dengan 23.000 buah kata tersebut dapat dibuat jutaan kalimat yang tidak terbatas.

3. Bahasa Bersifat Dinamis

Bahasa bersifat dinamis berarti bahwa bahasa itu tidak lepas dari berbagai kemungkinan perubahan sewaktu-waktu dapat terjadi. Perubahan itu dapat terjadi pada tataran apa saja: fonologis, morfologis, sintaksis, semantic dan leksikon. Pada setiap waktu mungkin saja terdapat kosakata baru yang muncul, tetapi juga ada kosakata lama yang tenggelam, tidak digunakan lagi.

4. Bahasa Bersifat Beragam

Meskipun bahasa mempunyai kaidah atau pola tertentu yang sama, namun karena bahasa itu digunakan oleh penutur yang heterogen yang mempunyai latar belakang sosial dan kebiasaan yang berbeda, maka bahasa itu menjadi beragam, baik dalam tataran fonologis, morfologis, sintaksis maupun pada tataran leksikon. Bahasa Jawa yang digunakan di Surabaya berbeda dengan yang digunakan di Yogyakarta. Begitu juga bahasa Arab yang digunakan di Mesir berbeda dengan yang digunakan di Arab Saudi.

5. Bahasa Bersifat Manusiawi

Bahasa sebagai alat komunikasi verbal, hanya dimiliki manusia. Hewan tidak mempunyai bahasa. Yang dimiliki hewan sebagai alat komunikasi, yang berupa bunyi atau gerak isyarat, tidak bersifat produktif dan dinamis. Manusia dalam menguasai bahasa bukanlah secara instingtif atau naluriah, tetapi dengan cara belajar. Hewan tidak mampu untuk mempelajari bahasa manusia, oleh karena itu dikatakan bahwa bahasa itu bersifat manusiawi.

D. Fungsi Bahasa

Fungsi bahasa menurut Abidin, dkk (2010 : 3) menjelaskan bahwa fungsi utama bahasa adalah sebagai media komunikasi, tetapi selain sebagai media komunikasi bahasa juga memiliki fungsi lain yaitu :

1. Fungsi Ekspresif

Bahasa dapat digunakan untuk mengekspresikan ide, gagasan, dan pengalaman. Contohnya dalam puisi. Pengarang mengeksperikan ide, gagasan dan pengalamannya dengan bahasa yang ditulis per bait yang disebut puisi.

2. Fungsi Estetis

Bahasa sebagai media yang indah untuk menyampaikan pesan. Fungsi estetis ini biasa diwujudkan dalam bentuk karya sastra.

3. Fungsi Informatif

Artinya bahasa dapat digunakan untuk menginformasikan sesuatu kepada orang lain.

4. Alat Fungsional

Artinya bahasa dapat dijadikan sebagai alat untuk mencapai tujuan tertentu.

E. Bahasa Gaul

1. Asal Usul dari Bahasa Gaul

Di dalam masyarakat, pastinya masing-masing individu mempunyai latar belakang sosial budaya yang berbeda, lazimnya berbicara

dengan cara yang berbeda. Biasanya perbedaan ini boleh jadi menyangkut dialek, intonasi, kecepatan, volume (keras atau lemahnya), dan yang pasti adalah kosakatanya.

Perhatikanlah cara berbicara tokoh-tokoh masyarakat atau tokoh-tokoh penting di negara kita. Berdasarkan dialektanya, kita dapat menebak darimana ia berasal, misalnya bupati, tentara, akuntan, ahli hukum, antropolog, dokter, ahli komputer, montir mobil, ahli masak, dan petani menggunakan kosakata berbeda dalam lingkungan kerja mereka. Bahasa yang digunakan dalam suatu lingkungan sering tidak berfungsi bila digunakan dalam lingkungan lain.

Sejumlah kata atau istilah mempunyai arti khusus, unik, menyimpang atau bahkan bertentangan dengan arti yang lazim ketika digunakan oleh orang-orang dari subkultur tertentu, bahasa Subkultur ini disebut bahasa khusus (*special language*), bahasa gaul atau argot.

Bahasa gaul pada umumnya digunakan sebagai sarana komunikasi di antara remaja sekelompoknya selama kurun tertentu. Hal ini dikarenakan, remaja memiliki bahasa tersendiri dalam mengungkapkan ekspresi diri. Sarana komunikasi diperlukan oleh kalangan remaja untuk menyampaikan hal-hal yang dianggap tertutup bagi kelompok usia lain atau agar pihak lain tidak dapat mengetahui apa yang sedang dibicarakannya.

Masa remaja memiliki karakteristik antara lain petualangan, pengelompokan, dan kenakalan. Ciri ini tercermin juga dalam bahasa mereka. Keinginan untuk membuat kelompok eksklusif menyebabkan mereka menciptakan bahasa rahasia (Sumarsana dan Partana, 2002:150).

Bahasa gaul sebenarnya sudah ada sejak 1970-an. Awalnya istilah-istilah dalam bahasa gaul itu untuk merahasiakan isi obrolan dalam komunitas tertentu. Tapi karena sering juga digunakan di luar komunitasnya, lama-lama istilah-istilah tersebut jadi bahasa sehari-hari.

Akar dari bahasa gaul adalah bahasa prokem. Kata prokem sendiri merupakan "bahasa gaul dari preman." Bahasa ini awalnya digunakan oleh kalangan preman untuk berkomunikasi satu sama lain secara rahasia. Agar kalimat mereka tidak diketahui oleh kebanyakan orang, mereka merancang kata-kata baru dengan cara antara lain mengganti kata ke lawan kata, mencari kata sepadan, menentukan angka-angka, penggantian fonem, distribusi fonem, penambahan awalan, sisipan, atau akhiran.

Masing-masing komunitas (daerah) memiliki rumusan sendiri-

sendiri. Pada dasarnya bahasa ini untuk memberkan kode kepada lawan bicara (kalangan militer dan kepolisian juga menggunakan).

Karena begitu seringnya mereka menggunakan bahasa sandi mereka itu di berbagai tempat, lama-lama orang awam pun mengerti yang mereka maksud. Akhirnya mereka yang bukan preman pun ikut-ikutan menggunakan bahasa ini dalam obrolan sehari-hari sehingga bahasa okem tidak lagi menjadi bahasa rahasia. Kalau tidak percaya, coba deh tanya bokap atau nyokap kita, tabu tidak mereka dengan istilah mokal, mokat, atau bokin. Kalau mereka tidak mengerti artinya, berarti di masa mudanya dulu mereka bukan anak gaul.

Dengan motif yang lebih kurang sama dengan para preman, kaum waria juga menciptakan sendiri bahasa rahasia mereka. Sampai sekarang kita masih sering kan mendengar istilah “bencong” untuk menyebut seorang banci? Nah, kata bencong itu sudah ada sejak awal 1970-an juga, ya hampir bersamaan deh dengan bahasa prokem. Pada perkembangannya, konon para waria atau banci inilah yang paling rajin berkreasi menciptakan istilah-istilah baru yang kemudian memperkaya bahasa gaul.

Kosakata bahasa gaul yang berkembang belakangan ini sering tidak beraturan alias tidak ada rumusnya. Sehingga kita perlu menghafal setiap kali muncul istilah baru. Misalnya untuk sebuah lawakan yang tidak lucu, kita biasa menyebutnya garing atau jayus. Ada juga yang menyebutnya jasjus. Untuk sesuatu yang tidak oke, biasa kita sebut cupu. Jayus dan cupu bisa dibilang kosakata baru.

2. Pengertian dari Bahasa Gaul

Bahasa gaul atau argot atau bahasa prokem adalah penggunaan kata-kata dalam bahasa yang tidak resmi dan ekspresi yang bukan merupakan standar penuturan dialek atau bahasa. Kata dalam bahasa gaul biasanya kaya dalam domain tertentu, seperti kekerasan, kejahatan dan narkoba dan seks.

Bahasa gaul Indonesia merupakan bahasa gaul atau bahasa prokem yang khas Indonesia dan jarang dijumpai di negara-negara lain kecuali di komunitas-komunitas Indonesia.

Bahasa prokem ini mengalami pergeseran fungsi dari bahasa rahasia menjadi bahasa gaul. Dalam konteks kekinian, bahasa gaul merupakan dialek bahasa Indonesia non-formal yang terutama digunakan di suatu daerah atau komunitas tertentu (contohnya, kalangan homo seksual atau waria). Penggunaan bahasa gaul menjadi lebih dikenal khalayak ramai setelah Debby Sahertian mengumpulkan kosa-kata

yang digunakan dalam komunitas tersebut dan menerbitkan kamus yang bernama "Kamus Bahasa Gaul" pada tahun 1999.

Bahasa gaul merupakan salah satu cabang dari bahasa Indonesia sebagai bahasa untuk pergaulan. Istilah ini mulai muncul pada akhir tahun 1980-an. Pada saat itu bahasa gaul dikenal sebagai 'bahasanya para bajingan atau anak jalanan' disebabkan arti kata prokem dalam pergaulan sebagai preman.

Meskipun bahasa gaul sebenarnya merujuk kepada bahasa khas yang digunakan setiap komunitas atau subkultur apa saja, bahasa gaul lebih sering merujuk pada bahasa rahasia yang digunakan kelompok menyimpang, seperti kelompok preman, kelompok penjual narkotik, kaum homoseksual/lesbian, pelacur, dan sebagainya.

Saat ini bahasa gaul telah banyak terasimilasi dan menjadi umum digunakan sebagai bentuk percakapan sehari-hari dalam pergaulan di lingkungan sosial bahkan dalam media-media populer seperti TV, radio, dunia perfilman nasional, dan seringkali pula digunakan dalam bentuk publikasi-publikasi yang ditujukan untuk kalangan remaja oleh majalah-majalah remaja populer.

Karena jamaknya, terkadang dapat disimpulkan bahasa gaul adalah "bahasa utama yang digunakan untuk komunikasi verbal oleh setiap orang dalam kehidupan sehari-hari, kecuali untuk kebutuhan formal." Karenanya akan menjadi terasa 'aneh' untuk berkomunikasi secara verbal dengan orang lain menggunakan bahasa Indonesia formal.

Bahasa gaul merupakan bahasa yang senantiasa berkembang, banyak sekali kata-kata yang menjadi kuno atau pun usang disebabkan trend dan perkembangan jaman. Tidak ada klasifikasi formal dari bahasa gaul, kecuali barangkali bahasa tersebut terbasuk sebagai bagian ataupun cabang dari bahasa Indonesia.

Bahasa gaul umumnya digunakan di lingkungan perkotaan. Terdapat cukup banyak variasi dan perbedaan dari bahasa gaul bergantung pada kota tempat seseorang tinggal, utamanya dipengaruhi oleh bahasa daerah yang berbeda dari etnis-etnis yang menjadi penduduk mayoritas dalam kota tersebut. Sebagai contoh, di Bandung, Jawa Barat, perbendaharaan kata dalam bahasa gaulnya banyak mengandung kosakata-kosakata yang berasal dari bahasa Sunda.

Bahasa gaul bukanlah bahasa Indonesia resmi, meskipun bahasa ini digunakan secara luas dalam percakapan verbal dalam kehidupan sehari-hari. Cara pengucapan bahasa gaul dilafalkan secara sama seperti halnya bahasa Indonesia. Kosakata-kosakata yang

meminjam dari bahasa lain seperti bahasa Inggris ataupun Belanda ditransliterasikan pengucapannya, contohnya, 'Please' ditulis sebagai Plis, dan 'Married' sebagai Merit.

Struktur dan tata bahasa dari bahasa Gaul tidak terlalu jauh berbeda dari bahasa formalnya (bahasa Indonesia), dalam banyak kasus kosakata yang dimilikinya hanya merupakan singkatan dari bahasa formalnya. Perbedaan utama antara bahasa formal dengan bahasa Gaul utamanya adalah dalam perbedaharaan kata.

Banyak orang asing yang belajar Bahasa Indonesia merasa bingung saat mereka berbicara langsung dengan orang Indonesia asli, karena bahasa yang mereka pakai adalah formal, sedangkan kebanyakan orang Indonesia berbicara dengan bahasa informal dan Gaul.

3. Struktur dalam Pemakaian Bahasa Gaul

Struktur dan tata bahasa dari bahasa prokem tidak terlalu jauh berbeda dari bahasa formalnya (bahasa Indonesia). Pada dasarnya ragam bahasa Gaul remaja memiliki ciri khusus, singkat, lincah, dan kreatif. Dalam banyak kasus kosakata yang digunakan cenderung pendek, sementara kata yang agak panjang diperpendek melalui proses morfologi atau menggantinya dengan kata yang lebih pendek. Hal itu dapat dilihat dari :

- a. Penggunaan awalan e Kata emang itu bentukan dari kata memang yang disisipkan bunyi e. Disini jelas terlihat terjadi pemendekan kata berupa mengilangkan huruf depan (m). Sehingga terjadi perbedaan saat melafalkan kata tersebut dan merancu dari kata aslinya.
- b. Kombinasi k, a, g Kata kagak bentukan dari kata tidak yang bunyinya tid diganti kag. Huruf konsonan pada kata pertama diganti dengan k huruf vocal i diganti a. Huruf konsonan kedua diganti g. sehingga kata tidak menjadi kagak.
- c. Sisipan e Kata temen merupakan bentukan dari kata teman yang huruf vocal a menjadi e. Hal ini mengakibatkan terjadinya perbedaan pelafalan.

4. Contoh dari Bahasa Gaul

Bahasa Indonesia	Bahasa Gaul (Informal)
Ayah	Bokap
Ibu	Nyokap
Benarkah	Beneran
Begitu	Begindang
Berisik	Gandeng

Cocok	Cucok
Di masa depan	Kapan-kapan
Apakah benar	Emangnya bener?
Pergi	Cabut
Hati – hati di jalan	Titi DJ
Tidak peduli	Emang gue pikirin

Deh, dong, ah, kan, kok, loh, yah dll, merupakan sebagian dari partikel-partikel bahasa gaul yang membuatnya terasa lebih “hidup” dan membumi, menghubungkan satu anak muda dengan anak muda lain dan membuat mereka merasa berbeda dengan orang-orang tua yang berbahasa baku dan prokem. Partikel-partikel ini walaupun pendek-pendek namun memiliki arti yang jauh melebihi jumlah huruf yang menyusunnya.

Kebanyakan partikel mampu memberikan informasi tambahan kepada orang lain yang tidak dapat dilakukan oleh bahasa Indonesia baku seperti tingkat keakraban antara pembicara dan pendengar, suasana hati/ekspresi pembicara, dan situasi pada kalimat tersebut diucapkan.

- Deh (Bagaimana kalau ...)

Coba dulu deh. (tidak menggunakan intonasi pertanyaan) - Bagaimana kalau dicoba dulu?

- Dong (Tentu saja ...)

Sudah pasti dong. - Sudah pasti / Tentu saja.

Mau yang itu dong - Tentu saja saya mau yang itu.

- Eh (Pengganti subjek, sebutan untuk orang kedua...)

Eh, namamu siapa? - Bung, namamu siapa?

Eh, ke sini sebentar. - Pak/Bu, ke sini sebentar.

Ke sini sebentar, eh. - Ke sini sebentar, Bung.

- Kan (Kependekan dari ‘bukan’, dipakai untuk meminta pendapat/penyetujuan orang lain (pertanyaan)...)

Bagus kan? - Bagus bukan?

Kan kamu yang bilang? - Bukankah kamu yang bilang demikian?

Dia kan sebenarnya baik. - Dia sebenarnya orang baik, bukan?

- Kok (Kata tanya pengganti ‘Kenapa (kamu)’ ...)

Kok kamu terlambat? - Kenapa kamu terlambat?

Kok diam saja? - Kenapa kamu diam saja?

Kok dia mukanya masam? - Kenapa dia mukanya masam?

- Lho/Loh (Kata seru yang menyatakan keterkejutan. Bisa digabung dengan kata tanya. Tergantung intonasi yang digunakan, partikel

- ini dapat mencerminkan bermacam-macam ekspresi...)
- Lho, kok kamu terlambat? - Kenapa kamu terlambat? (dengan ekspresi heran)
- Loh, apa-apa ini! - Apa yang terjadi di sini? (pertanyaan retorik dengan ekspresi terkejut/marah)
- Lho, aku kan belum tahu? - Aku sebenarnya belum tahu. (dengan ekspresi tidak bersalah)
- Loh, kenapa dia di sini? - Kenapa dia ada di sini? (dengan ekspresi terkejut)
- Nih (Kependekan dari 'ini'...)
- Nih balon yang kamu minta. - Ini (sambil menyerahkan barang).
Balon yang kamu minta.
- Nih, saya sudah selesaikan tugasmu. - Ini tugasmu sudah saya selesaikan.
- Sih (Karena ...)
- Dia serakah sih. - Karena dia serakah. (dengan ekspresi mencemooh)
- Kamu sih datangnya terlambat. - Karena kamu datang terlambat. (dengan ekspresi menyesal)
- Tuh (Kependekan dari 'itu', menunjuk kepada suatu objek...)
- Lihat tuh hasil dari perbuatanmu. - Lihat itu, itulah hasil dari perbuatanmu.
- Tuh orang yang tadi menolongku. - Itu lihatlah, itu orang yang menolongku.
- Yah (Selalu menyatakan kekecewaan dan selalu digunakan di awal kalimat atau berdiri sendiri...)
- Yah, kamu sih - Ini karena kamu.
- Yah, Indonesia kalah lagi - Indonesia kalah lagi (dengan ekspresi kecewa)
- Yah, sudah selesai - Belum-belum sudah selesai.

F. Bahasa Kaum Selebritis

Perhatikanlah kata-kata yang sering digunakan oleh kalangan selebritis dalam bahasa gaul yaitu :

- Tercyduk : Tertangkap pihak berwenang
- Rekber : Rekening bersama
- Dope : Bagus dan Keren
- Bae : Pacar atau Kesayangan

Dalam kata-kata itu sering ada sisipan -in. Ada sejenis rumus yang digunakan pada kata-kata tersebut. Namun rumus itu sudah kadaluarsa, sudah terlalu umum, maka mereka menciptakan bahasa baru lagi.

Contohnya seperti Indi Barends pun berkata, "Akika mawar makasar nih." yang artinya adalah "ia sedang cari makan, bukan gadis dari Makasar." atau ucapan Indi Barends yang lain ketika berbelanja, "Duh, maharani deh ya. Adinda yang mursida, tinta?" yang artinya, Maharani berarti "mahal", dan mursida berarti "murah." sedang Adinda berarti "ada", dan tinta berarti "tidak."

Bahasa gaul ini bukan hanya alat komunikasi, namun juga alat identifikasi. Ada kebutuhan di antara para pemakainya untuk berkomunikasi dengan bahasa yang tidak diketahui banyak orang, terutama bila menyangkut hal-hal yang sangat pribadi.

G. Bahasa Gay dan Bahasa Waria

Di negara kita bahasa gaul kaum selebritis ternyata mirip dengan bahasa gaul kaum gay (homoseksual) dan juga bahasa gaul kaum waria atau banci. Sekelompok mahasiswa saya dari Fikom Unpad, berdasarkan penelitian mereka atas kaum gay di Bandung, menemukan sejumlah kata yang mereka pergunakan, misalnya yaitu :

bawang	: (bau)
bossini	: (bosan)
capcai	: (cepat)
cumi-cumi	: (ber-ciuman)
duta	: (duit)
gundala	: (gundul)
hitler	: (hitam)
jali - jali	: (jalan - jalan)
kayangan	: (kaya)
laksana	: (laki - laki)

H. Bahasa Kaum Waria

Bahasa adalah sebagian dari bahasa gaul yang dianut sebuah komunitas banci (waria), seperti yang diperoleh sekelompok mahasiswa berdasarkan wawancaranya dengan seorang waria, seperti :

- Begidang : begitu
- Endang : enak
- Ember : emang
- Gilingian : gila
- Hamidah : hamil
- Inang : iya
- Kesindang : kesini
- Kencana : kencing
- Metong : mati
- Maluku : malu

- Motorola : motor
- Pere : perempuan
- Sakit : sekong
- Mana : menong

I. Ragam Bahasa Inggris

1. Makna Bahasa Inggris

Bahasa memiliki peran sentral dalam perkembangan intelektual, sosial, dan emosional peserta didik dan merupakan penunjang keberhasilan dalam mempelajari semua bidang studi. Pembelajaran bahasa diharapkan membantu peserta didik mengenal dirinya, budayanya, dan budaya orang lain. Selain itu, pembelajaran bahasa juga membantu peserta didik mampu mengemukakan gagasan dan perasaan, berpartisipasi dalam masyarakat, dan bahkan menemukan serta menggunakan kemampuan analitis dan imajinatif yang ada dalam dirinya.

Bahasa Inggris merupakan alat untuk berkomunikasi secara lisan dan tulis. Berkomunikasi adalah memahami dan mengungkapkan informasi, pikiran, perasaan, dan mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan budaya. Kemampuan berkomunikasi dalam pengertian yang utuh adalah kemampuan berwacana, yakni kemampuan memahami dan/atau menghasilkan teks lisan dan/atau tulis yang direalisasikan dalam empat keterampilan berbahasa, yaitu mendengarkan, berbicara, membaca dan menulis. Keempat keterampilan inilah yang digunakan untuk menanggapi atau menciptakan wacana dalam kehidupan bermasyarakat.

Bahasa Inggris merupakan salah satu bahasa internasional yang tidak hanya digunakan oleh penutur di negara aslinya yaitu Inggris, namun juga oleh penutur yang berbahasa lain termasuk yang tinggal di negara bukan berbahasa Inggris seperti India dan Singapura. Dengan penggunaan bahasa Inggris semacam ini, muncullah ragam bahasa Inggris global yang memiliki ragam yang berbeda satu sama lainnya termasuk pada pengucapan dan ejaan. Adanya ragam bahasa Inggris global semacam ini memberikan beberapa implikasi dalam pengajarannya.

Oleh karena itu, mata pelajaran Bahasa Inggris diarahkan untuk mengembangkan keterampilan-keterampilan tersebut agar lulusan mampu berkomunikasi dan berwacana dalam bahasa Inggris pada tingkat literasi tertentu.

2. Tingkat Literasi

a. Pada Tingkat Performative

Orang mampu membaca, menulis, mendengarkan, dan berbicara dengan simbol-simbol yang digunakan.

b. Pada Tingkat Functional

Orang mampu menggunakan bahasa untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari seperti membaca surat kabar, manual atau petunjuk.

c. Pada Tingkat Informational

Orang mampu mengakses pengetahuan dengan kemampuan berbahasa.

d. Pada Tingkat Epistemic

Orang mampu mengungkapkan pengetahuan ke dalam bahasa sasaran.

Bahasa Inggris merupakan salah satu bahasa internasional yang tidak hanya digunakan oleh penutur di negara aslinya yaitu Inggris, namun juga oleh penutur yang berbahasa lain termasuk yang tinggal di negara bukan berbahasa Inggris seperti India dan Singapura. Dengan penggunaan bahasa Inggris semacam ini, muncullah ragam bahasa Inggris global yang memiliki ragam yang berbeda satu sama lainnya termasuk pada pengucapan dan ejaan. Adanya ragam bahasa Inggris global semacam ini memberikan beberapa implikasi dalam pengajarannya.

J. Ruang Lingkup Bahasa Inggris

1. Ruang Lingkup Mata Pelajaran Bahasa Inggris, meliputi:

- Keterampilan berbahasa, yaitu mendengarkan, berbicara, membaca, dan menulis.
- Kompetensi yang meliputi kompetensi tindak bahasa, linguistik (kebahasaan), sosiokultural, strategi, dan kompetensi wacana.
- Pengembangan sikap yang positif terhadap bahasa Inggris sebagai alat komunikasi.

2. Berkomunikasi dalam Bahasa Inggris Lisan Maupun Tulis secara Lancar dan Akurat Sesuai dengan Konteks Sosialnya.

a. Mendengarkan

Memahami berbagai makna (interpersonal, ideasional, tekstual) dalam berbagai teks lisan yang memiliki tujuan komunikatif, struktur teks, dan linguistik tertentu.

b. Berbicara

Mengungkapkan berbagai makna (interpersonal, ideasional, tekstual) dalam berbagai teks lisan yang memiliki tujuan komunikatif, struktur teks, dan linguistik tertentu.

c. Membaca

Memahami berbagai makna (interpersonal, ideasional, tekstual) dalam berbagai teks tulis yang memiliki tujuan komunikatif, struktur teks dan linguistik tertentu.

d. Menulis

Mengungkapkan berbagai makna (interpersonal, ideasional, tekstual) dalam berbagai teks tulis yang memiliki tujuan komunikatif, struktur teks, dan linguistik tertentu.

K. Ragam Bahasa Inggris

Bahasa Inggris yang lebih universal pun ternyata tidak konsisten dalam ejaannya, pengucapannya, pilihan kata dan juga maknanya. Bahasa Inggris telah berkembang menjadi beberapa ragam, antara lain seperti:

1. Inggris-Inggris (British-English)
2. Inggris-Amerika
3. Inggris-Australia
4. Inggris-Filipina
5. Inggris-Singapura

Berikut ini adalah ejaan sejumlah kata dalam bahasa Inggris-Amerika dan bahasa Inggris-Inggris yaitu :

Inggris-Amerika	Inggris-Inggris
a. Center	Centre
b. Theater	Theatre
c. Color	Colour
d. Favor	Favour
e. Organization	Organisation
f. Sosialization	Socialisation

L. Contoh Berkomunikasi dalam Bahasa Inggris

Di kalangan pengajar bahasa Inggris muncul pertanyaan tentang pengucapan bahasa Inggris yang mana yang harus diajarkan kepada muridnya. Apakah guru bahasa Inggris di Indonesia cukup mengajarkan pengucapan atau aksent bahasa Inggris sebagaimana orang Indonesia umumnya mengucapkannya? Ataukah mereka harus mengajarkan persis seperti yang diucapkan oleh penutur asli bahasa Inggris yang tinggal di Inggris? Begitu juga dalam pengajaran ejaannya.

Jawaban pertanyaan ini tentu akan beraneka ragam dari satu orang ke orang lain. Mereka dapat memiliki argumentasi sendiri-sendiri. Mungkin ada yang berpendapat bahwa bahasa Inggris yang diajarkan kepada siswa haruslah bahasa Inggris yang asli seperti yang digunakan oleh penutur aslinya yang masih tinggal di negeri aslinya pula yaitu English (British English). Kaidah ini sering digunakan oleh ahli bahasa dalam pengambilan data penelitiannya. Barangkali ada pendapat yang tidak mendasarkan argumentasi pada puritas bahasa Inggris itu sendiri, namun pada jenis bahasa Inggris yang pengucapan dan aksennya saling bisa dimengerti atau difahami oleh pihak-pihak yang berkepentingan terutama yang bukan penutur asli bahasa Inggris yang tidak tinggal di negeri asli bahasa Inggris.

Orang Inggris menggunakan kata "knock up" yang berarti "mengunjungi", tetapi di Amerika kata tersebut berarti menghamili. Mahasiswa Amerika yang mendengar kalimat "I will knock you up tomorrow morning", yang diucapkan seorang pria Inggris yang baru dikenalnya di asrama mahasiswa internasional tentu saja akan kaget bukan kepalang.

Jika kita perhatikan dengan seksama, banyak perbedaan antara ragam Inggris-Inggris dan Inggris-Amerika dalam aspek-aspek lainnya, bukan hanya pilihan kata, struktur bahasa, tetapi juga intonasi dan gaya berbicara umumnya. Misalnya ketika orang Inggris tidak setuju dengan seseorang, mereka lazim berkata, "I may be wrong, but ..." (Mungkin saya keliru, tetapi) atau "There is just one thing in all about you have been saying that worries me a little ..." ("Ada satu hal saja dalam semua yang Anda katakan yang sedikit mengkhawatirkan saya ...").

Orang Inggris biasanya berbicara berbunga-bunga, banyak eufemisme dan sok gentlemen." Orang Amerika jika berbicara langsung dan lugas, dengan mulut yang terbuka lebar, sedangkan orang Australia berbicara dengan bulaan mulut yang lebih sempit. Adakah kaitannya antara bukaan mulut orang Amerika yang lebar (bebas) ketika berbicara dengan kebebasan yang mereka peroleh dari Inggris beberapa abad lalu, dan adakah kaitannya antara bukaan mulut Australia sebagai orang-orang yang tidak bebas (lebih sempit) ketika berbicara, dengan fakta bahwa nenek moyang mereka dulu datang ke Australia sebagai orang-orang yang tidak bebas (tahanan).

Ragam Inggris orang Filipina juga sangat khas, karena pengaruh bahasa Spanyol. Sebagaimana kita tahu bahwa bangsa Spanyol pernah menjajah mereka. Salah satu kekhasan bahasa Inggris mereka adalah seperti, pengucapan kata yang diakhiri "tion" seperti "organization", yang

diucapkan “orgenaisasion”, bukan “orgenaisesyen”, juga pengucapan kata yang diakhiri tiga huruf *ack* sebagai ak ketimbang ek, seperti “come back” yang diucapkan “kam bak” ketimbang “kam bek”

M. Pengalihan Bahasa

Komunikasi dalam bahasa yang sama, dapat menimbulkan salah pengertian, apalagi bila kita tidak menguasai bahasa lawan bicara kita. Untuk melakukan komunikasi yang efektif, kita harus menguasai bahasa mitra komunikasi kita. Dalam konteks inilah kita setidaknya perlu menguasai bahasa Inggris (sebagai bahasa International) untuk menjadi seorang komunikator yang efektif.

Seperti dikatakan Tubbs dan Moss, bahwa penguasaan bahasa Asing yang minim, pada tingkat pribadi, dapat menimbulkan kesulitan-kesulitan yang akan terjadi pada diri orang tersebut. Seorang mahasiswi yang belajar di sebuah lembaga pendidikan tinggi perhotelan di Bandung pernah mengatakan “No, I haven’t”, dengan tersipu-sipu dan wajahnya merah padam ketika ditanya gurunya, “Have you ever been a hostess in a restaurant?” di sebuah tempat kursus bahasa Inggris. Padahal kata “hostess” yang dimaksud disana adalah “penjamu”, arti yang sebenarnya dari kata itu. Bukan “wanita penghibur” atau “pelacur” yang sering dipersepsikan orang Indonesia.

Contoh Berkomunikasi

Berikut ini adalah contoh-contoh lain yang melukiskan kesalahan dan kelucuan yang mungkin muncul ketika orang-orang Indonesia kurang mampu berbahasa Inggris saat mereka berkomunikasi dengan penutur bahasa Inggris yaitu :

“Seorang anak SMA bernama Chiko mengikuti program pertukaran pelajar ke Amerika. Bahasa Inggrisnya memang belum fasih benar. Dan salah seorang temannya menganjurkan agar Chiko sering-sering mengucapkan “Hi, baby, let’s make a friend” secara gramatik seharusnya, “Hi, baby, let’s make friends”). Dan ketika ia bertemu dengan orang-orang baru untuk memperoleh banyak teman di sana. Setibanya di negeri Paman Sam, begitu melihat seorang bule cantik, tanpa basa basi Chiko berkata, “Hi, friend, let’s make a baby.” Secara spontan saja wanita bule itu menampar Chiko dan pergi meninggalkannya.”

“Teman saya, Rio, pernah tinggal di Los Angeles dalam rangka studi. Pada masa adaptasi, tiba-tiba Terry, temannya yang berkulit hitam, datang dan menegur Rio, “Whats up, Man”. Ditegur demikian, Rio melihat ke atas. Terry bingung, kenapa ia melihat ke atas. Ia menegur Rio sekali lagi dengan teguran yang sama. Rio pun melihat ke atas lagi, dengan raut

muka yang bingung, lalu ia menatap Terry. Karena setelah melihat ke atas, ia tidak menemukan sesuatu hal yang aneh. Lalu Rio bertanya kepada Terry apa yang dimaksud “*What’s up?*”. Lalu Terry pun menyadari bahwa Rio telah salah paham dengan teguran tersebut. Kini ia mengerti mengapa Rio melihat ke atas tadi.

Bila diartikan secara harfiah “*What’s up?*” memang berarti “Apa di atas?”. Terry menerangkan kepada Rio bahwa “*What’s up?*” itu berarti “ada apa denganmu?” atau “apa yang sedang terjadi?”.

Rio baru mengerti bahwa sapaan tadi sama maknanya dengan teguran dalam bahasa Inggris lainnya: “*What’s wrong with you?*”. Ia mendapatkan penjelasan dari Terry bahwa teguran tersebut merupakan slang yang awalnya digunakan orang-orang kulit hitam, tetapi bahasa itu kini lazimnya digunakan anak-anak muda di sana.

Perbedaan bahasa dapat menimbulkan kesulitan lebih jauh daripada sekedar kekeliruan penerjemahan. Kita sering sulit menerjemahkan sebuah kata ke dalam bahasa lain, karena tidak ada padanannya dalam bahasa lain itu, meskipun kita bias mengira-ngira artinya. Bahkan ketika kita mampu menerjemahkan satu bahasa ke bahasa lain dengan kecermatan yang harfiah, maknanya yang dalam sering hilang karena makna tersebut berakar dalam budaya bahasa tersebut.

N. Komunikasi Konteks Menurut Edward T. Hall

Setiap orang secara pribadi punya gaya khas dalam berbicara, bukan hanya caranya tetapi juga topic-topik yang dibicarakan. Kekhasan ini umumnya diwarisi seseorang dari budayanya.

1. Komunikasi budaya konteks-tinggi (high-context culture)

Budaya konteks-tinggi ditandai dengan komunikasi konteks-tinggi. Kebanyakan pesan bersifat implicit, tidak langsung dan tidak terus terang. Pesan yang sebenarnya mungkin tersembunyi dalam perilaku nonverbal pembicara, intonasi suara, gerakan tangan, postur badan, ekspresi wajah, tatapan mata, atau bahkan konteks fisik (dandanannya, penataan ruangan, benda-benda).

Contoh komunitas konteks-tinggi adalah komunikasi orang kembang dengan menggunakan kalimat pendek-pendek atau kata-kata singkat. Contoh lain adalah bahasa China yang makna kata-katanya sering berdasarkan konteks tertentu. Sifat komunikasinya tahan lama, lamban berubah, dan mengikat kelompok yang menggunakannya.

2. Komunikasi budaya konteks-rendah (low-context culture)

Budaya konteks-rendah ditandai dengan komunikasi konteks-

rendah yaitu pesan verbal dan eksplisit, gaya bicara langsung, lugas, dan berterus terang. Para penganut budaya konteks-rendah ini mengatakan apa yang mereka maksudkan dan memaksudkan apa yang mereka katakan.

Bila mereka mengatakan “Yes”, itu berarti mereka benar-benar menerima atau setuju. Contoh kalimat konteks-rendah adalah komunikasi (program) computer. Setiap pesan harus dispesifikasikan dengan kode-kode tertentu, jika tidak, programnya tidak akan jalan. Menurut Bernstein, dalam komunikasi konteks-tinggi, pembicara menggunakan sedikit alternative, tetapi kemungkinan meramalkan polanya lebih besar, arti pesan dalam komunikasi konteks-tinggi lebih khusus. Sebaliknya, dalam komunikasi konteks-rendah, pembicara akan memilih pesan dari sejumlah alternative yang relative banyak, dan oleh karena itu kemungkinan meramalkan hasil pesan akan berkurang, tetapi menjamin pengertian yang lebih universal.

Secara garis besar, urutan sejumlah Negara berdasarkan tingkat budayanya (dari budaya konteks rendah hingga budaya konteks-tinggi). Menurut Hall dan Kohls, adalah Swiss, Jerman, Skandinavia, Amerika Serikat, Prancis, Inggris, Italia, Spanyol, Yunani, Arab, Cina, dan Jepang. Indonesia termasuk konteks-tinggi, dan mungkin berada di antara budaya Arab dan Budaya Cina.

Sebagai ilustrasi, jika kita mengajak orang Indonesia makan, mereka akan menjawab, “Aduh, sudah tadi” atau “Terima kasih, masih kenyang.” Akan tetapi, perutnya keroncongan, dalam hati ia berharap tuan rumah akan mengajaknya lagi dan lagi, hingga akhirnya “apa boleh buat-ia makan juga”. Jadi bahasa mereka tidak langsung. Mereka pura-pura menolak suatu tawaran dua atau tiga kali sebelum mereka menerimanya. Tidak berarti bahwa orang Barat tidak pernah basa basi. Namun kebiasaan kita berbasa basi jauh lebih kental daripada kebiasaan mereka.

BAB 8

Komunikasi Nonverbal

A. Pendahuluan

Seperti yang kita ketahui, manusia dalam berkomunikasi tidak hanya menggunakan simbol-simbol verbal melainkan juga simbol-simbol nonverbal. Begitu juga halnya dalam komunikasi antarpribadi, kita tidak hanya menyampaikan pesan secara verbal, tetapi juga secara nonverbal. Pesan-pesan nonverbal tersebut bukan hanya memperkuat pesan verbal yang disampaikan, terkadang malah menyampaikan pesan tersendiri. Oleh karena itu, diperlukan keterampilan untuk menafsirkan dan memahami pesan-pesan nonverbal tersebut.

Seperti halnya dengan bahasa verbal, pesan-pesan nonverbal pun terikat pada lingkungan budaya tempat komunikasi itu berlangsung. Oleh sebab itu, dalam komunikasi antarpribadi yang banyak menggunakan pesan-pesan nonverbal, diperlukan juga pemahaman atas lingkungan budaya tempat kita berkomunikasi. Tanpa memiliki pengetahuan dan pemahaman yang memadai ada kemungkinan komunikasi nonverbal disalah artikan atau disalah tafsirkan. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk mengetahui pengertian, fungsi dan jenis-jenis komunikasi nonverbal yang biasa kita pergunakan dalam kegiatan komunikasi kita sehari-hari.

Komunikasi nonverbal ini pun sangat penting dipahami karena banyak dipergunakan dalam menampilkan atau menjaga citra seseorang. Dalam kampanye pemilihan presiden misalnya, seorang kandidat presiden harus menampilkan diri dengan sosok tertentu sebagai pesan nonverbal yang akan disampaikan pada calon pemilihnya. Dengan komunikasi nonverbal pulalah seorang guru menjelaskan materi pelajaran pada para siswanya selain menggunakan komunikasi verbal. Oleh karena komunikasi nonverbal pulalah, sinetron yang kita saksikan bisa lebih kita pahami maksudnya.

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal. Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. Secara teoritis komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling jalin menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari.

B. Pengertian Komunikasi Nonverbal

Pengertian komunikasi non verbal menurut Atep Adya Barata menyampaikan bahwa: “Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang diungkapkan lewat objek di setiap kategori lainnya (the object language), komunikasi menggunakan gerak (gesture) sebagai sinyal (sign language), serta komunikasi melalui tindakan atau gerakan tubuh (action language).

Pendapat lain menurut Adityawarman (2000), komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata. Menurut Resberry (2004) berpendapat bahwa komunikasi nonverbal merupakan suatu tindakan dan perilaku manusia serta memiliki makna.

Dari beberapa pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi nonverbal merupakan komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata namun memiliki makna.

Komunikasi non-verbal merupakan bentuk komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata, baik lisan maupun tulisan. Komunikasi non-verbal menggunakan tanda-tanda melalui tubuh, meliputi gerak tubuh, ekspresi muka, nada suara. Sebagai contoh, ekspresi muka seseorang bisa membedakan apakah ia sedang senang, murung atau menghadapi ketakutan. Jika seseorang mengatakan “saya sedih sekali!” namun wajahnya menunjukkan kegembiraan, maka seringkali kita lebih percaya pada tanda-tanda non-verbal daripada komunikasi verbalnya. Jadi orang tersebut dapat dikatakan berbohong terhadap lawan bicaranya.

Dengan melihat tanda-tanda komunikasi non-verbal anda dapat memahami perasaan seseorang yang sebenarnya. Berdasarkan perkiraan ada 700,000 bentuk komunikasi non-verbal yang biasa dipakai umat manusia dari berbagai budaya yang berbeda. Setiap budaya mempunyai bentuk komunikasi non-verbalnya masing-masing. Beberapa mempunyai pengertian yang sama, namun tidak jarang tanda-tanda non-verbal yang sama mempunyai pengertian yang berbeda, bahkan bertentangan.

Dalam dunia organisasi, seorang manajer secara jeli harus dapat menafsirkan bentuk-bentuk komunikasi non-verbal, yang seringkali lebih

bersifat alami dan mencerminkan kondisi seseorang yang sebenarnya.

C. Fungsi Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal yang disampaikan seseorang melalui gerakan tubuh, gerakan mata, ekspresi wajah, sosok tubuh, penggunaan jarak (ruang), kecepatan dan volume bicara, bahkan juga keheningan ini memiliki beberapa fungsi. Berikut ini merupakan enam fungsi komunikasi nonverbal:

1. Untuk Menekankan

Kita menggunakan komunikasi nonverbal untuk menonjolkan atau menekankan beberapa bagian dari pesan verbal. Misalnya saja, anda mungkin tersenyum untuk menekankan kata atau ungkapan tertentu, atau anda memukulkan tangan anda ke meja untuk menekankan suatu hal tertentu.

2. Untuk Melengkapi

Kita juga menggunakan komunikasi nonverbal untuk memperkuat warna atau sikap umum yang dikomunikasikan oleh pesan verbal. Jadi, anda mungkin tersenyum ketika menceritakan kisah lucu, atau menggeleng-gelengkan kepala ketika menceritakan ketidakjujuran seseorang.

3. Untuk Menunjukkan Kontradiksi

Kita juga bisa dengan sengaja mempertentangkan pesan verbal kita dengan gerakan nonverbal. Sebagai contoh, anda dapat menyilangkan jari atau mengedipkan mata untuk menunjukkan bahwa yang anda katakan adalah tidak benar.

4. Untuk Mengatur

Gerak-gerak nonverbal dapat mengendalikan atau mengisyaratkan keinginan anda untuk mengatur arus pesan verbal. Mengerutkan bibir, mencondongkan badan ke depan, atau membuat gerakan tangan untuk menunjukkan bahwa anda ingin mengatakan sesuatu merupakan contoh dari fungsi mengatur ini. Anda mungkin juga mengangkat tangan dan atau menyuarakan jenak (pause) anda (misalnya dengan menggumamkan “umm”) untuk memperlihatkan bahwa anda belum selesai bicara.

5. Untuk Mengulangi

Kita juga dapat mengulangi atau merumuskan ulang makna dari pesan verbal. Misalnya, anda dapat menyertakan pernyataan verbal “Apa benar?” dengan mengangkat alis mata anda, atau anda dapat menggerakkan kepala atau tangan untuk mengulangi pesan verbal “ayo kita pergi”

6. Untuk Menggantikan Pesan Verbal

Anda dapat misalnya, menyatakan “oke” dengan tangan anda tanpa berkata apa-apa. Anda dapat mengangguk untuk mengatakan “ya” atau menggeleng untuk mengatakan “tidak”.

Sementara itu, Dale G. Leathers (1976) dalam *Nonverbal Communication Systems*, menyebutkan enam alasan mengapa pesan verbal sangat signifikan, yaitu:

- Faktor-faktor nonverbal sangat menentukan makna dalam komunikasi interpersonal. Ketika kita mengobrol atau berkomunikasi tatap muka, kita banyak menyampaikan gagasan dan pikiran kita lewat pesan-pesan nonverbal. Pada gilirannya orang lainpun lebih banya 'membaca' pikiran kita lewat petunjuk-petunjuk nonverbal.
- Perasaan dan emosi lebih cermat disampaikan lewat pesan nonverbal ketimbang pesan verbal.
- Pesan nonverbal menyampaikan makna dan maksud yang relatif bebas dari penipuan, distorsi, dan kerancuan. Pesan nonverbal jarang dapat diatur oleh komunikator secara sadar.
- Pesan nonverbal mempunyai fungsi metakomunikatif yang sangat diperlukan untuk mencapai komunikasi yang berkualitas tinggi. Fungsi metakomunikatif artinya memberikan informasi tambahan yang memeperjelas maksud dan makna pesan. Diatas telah kita paparkan pesan verbal mempunyai fungsi repetisi, substitusi, kontradiksi, komplemen, dan aksentuasi.
- Pesan nonverbal merupakan cara komunikasi yang lebih efisien dibandingkan dengan pesan verbal. Dari segi waktu, pesan verbal sangat tidak efisien. Dalam paparan verbal selalu terdapat redundansi, repetisi, ambiguity, dan abstraksi. Diperlukan lebih banyak waktu untuk mengungkapkan pikiran kita secara verbal.

Pesan nonverbal merupakan sarana sugesti yang paling tepat. Ada situasi komunikasi yang menuntut kita untuk mengungkapkan gagasan dan emosi secara tidak langsung. Sugesti ini dimaksudkan menyarankan sesuatu kepada orang lain secara implisit (tersirat).

Meskipun secara teoritis komunikasi nonverbal dipisahkan dari komunikasi verbal, dalam kenyataannya kedua jenis komunikasi itu jalin menjalin dalam komunikasi tatap muka sehari – hari. Sebagian ahli berpendapat, terlalu mengada – ada membedakan kedua jenis komunikasi ini. Dalam bahasa tanda amerika untuk tuna rungu gerakan tangan yang digunakan sebenarnya bersifat linguistik (verbal). Dalam komunikasi

uaran, rangsangan verbal dan nonverbal itu hampir berlangsung bersama – sama dalam kombinasi. Misalnya ketika anda mengatakan tidak, secara tidak langsung anda juga menggelengkan kepala. Tidak struktur yang pasti, tetap dan dapat diramalkan mengenai komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Terdapat tiga perbedaan pokok antara komunikasi verbal dan nonverbal :

- Pertama, sementara perilaku verbal adalah saluran tunggal, perilaku nonverbal bersifat multialiran. Kata – kata datang dari sumber, misalnya yang diucapkan seseorang, yang kita baca dalam media cetak, tetapi isyarat nonverbal dapat dilihat, didengar, dirasakan dan dibaui atau dicicipi. Bila kita dapat memeriksanya dalam kamus atau buku yang memperkirakan apa yang dimaksud pembicaraan atau memintanya untuk mengulang kata yang diucapkannya.
- Kedua, pesan verbal terpisah – pisah, sedangkan pesan nonverbal sinambung. Artinya orang dapat mengawali dan mengakhiri pesan verbal kapanpun ia kehendaki, sedangkan pesan nonverbal tetap mengalir sepanjang ada orang yang hadir didekatnya. Ini mengingatkan kita pada salah satu prinsip komunikasi bahwa ” kita tidak dapat berkomunikasi, setiap perilaku punya linguistik anda untuk berkomunikasi dengan menolak berbicara atau menulis, anda tidak mungkin menolak berperilaku nonverbal.
- Ketiga, komunikasi nonverbal mengandung lebih banyak muatan emosional daripada komunikasi verbal. Sementara kata – kata umumnya digunakan untuk menyampaikan fakta, pengetahuan atau keadaan, pesan nonverbal lebih potensial untuk menyatakan perasaan seseorang yang terdalam sekalipun seperti perasaan sedih, senang, sayang. Ketika lamaran anda ditolak, anda mungkin berkata tidak apa – apa, tetapi ekspresi wajah dan pandangan mata anda boleh jadi menunjukkan kekecewaan.

D. Klasifikasi Komunikasi Nonverbal

Dari semua makna sosial dalam komunikasi tatap – muka diperoleh dari syarat – syarat nonverbal. Dalam pandangan Birdwhistell, kita sebenarnya mampu mengucapkan ribuan suara vocal, dan wajah kita dapat menciptakan 250.000 ekspresi yang berbeda. Kata dapat menciptakan sebanyak 700.000 isyarat fisik yang terpisah, demikian banyak sehingga upaya untuk mengumpulkannya akan menimbulkan frustrasi. Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan – pesan nonverbal.

Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata – kata terucap dan tertulis. Secara teoritis komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari – hari.

Asal – usul isyarat nonverbal sulit di lacak, meskipun ada kalanya kita memperoleh informasi terbatas mengenai hal itu, berdasarkan kepercayaan agama, sejarah, atau cerita rakyat. **Jurgen Ruesch** mengklasifikasikan isyarat nonverbal menjadi tiga bagian, yaitu :

- **Pertama**, bahasa tanda (*sign language*) – acungan jempol untuk menumpang mobi; secara gratis; bahasa isyarat tuna rungu;
- **Kedua**, bahasa tindakan (*action language*) – semua gerakan tubuh yang tidak digunakan secara eksklusif untuk memberikan sinyal, misalnya berjalan;
- **Ketiga**, bahasa objek (*object language*) – pertunjukan benda, pakaian, dan lambing.

Menurut Teori Kinesik (gerakan tubuh) dari Birdwhistell hasil penelitian membuktikan bahwa pengaruh komunikasi non-verbal cukup besar terhadap keberhasilan komunikasi,yaitu 65-70%. Bahkan dalam penelitian Ilmu Manajemen bisa berpengaruh lebih dari 93%. Komunikasi non-verbal, banyak sangkut pautnya dengan perspektif Psikologi komunikasi berikut aspek-aspeknya yang perlu dipertimbangkan oleh seseorang, dalam melaksanakan komunikasi. Psikologi, menyangkut kejiwaan seseorang. Karenanya kesuksesan proses komunikasi, sedikit banyak ditentukan oleh masalah-masalah kejiwaan seseorang. Apabila kurang dipahami, bisa menjadikan distorsi komunikasi.

Manusia telah memakai banyak saluran pengalihan pesan antara lain melalui sensoris-sensoris tubuh, yang dalam banyak hal sangat dipengaruhi oleh latar belakang kebudayaan manusia. Menurut dia, komunikasi nonverbal merupakan suatu proses berkesinambungan karena manusia tidak menggunakan satu saluran secara tetap, yang pasti manusia selalu menggunakan lebih dari satu saluran untuk komunikasi antar pribadi. **Ray Birdwhistell** dalam karyanya kinesik dan konteks menggaris bawahi tujuh asumsi yang melandasi teori yang dibangunnya itu. Tujuh asumsi itu adalah:

- 1.Semua kejadian alam mempunyai arti dan makna tertentu, sama dengan setiap gerakan tubuh atau setiap pernyataan manusia tidak mungkin tidak mewakili dan menampilkan makna tertentu.

2. Sama seperti aspek-aspek perilaku manusia yang lain yang telah terpola, maka penampilan tubuh, gerakan tubuh dan anggota tubuh, pernyataan wajah juga merupakan suatu pola yang mempunyai regularitas sehingga dapat dijadikan sebagai objek penelitian yang dapat ditelaah secara sistematis.
 3. Semua gerakan tubuh dan anggota tubuh dapat dijelaskan secara biologis. Namun karena gerakan-gerakan itu dilakukan oleh manusia yang mempunyai relasi sosial dan budaya, maka sistematika gerakan-gerakan tersebut dapat dijelaskan dari sudut pandang sosial dan budaya. Sistematika gerakan tubuh dan anggota tubuh dipandang sebagai fungsi sosialisasi dan pembudayaan yang berlaku pada kelompok tertentu.
 4. Ada kesamaan antara aktivitas tubuh dengan aktivitas gelombang suara. Secara sistematis dua bentuk aktivitas tersebut berpengaruh terhadap pola-pola aktivitas tubuh dan suara dari para anggota suatu kelompok sosial dan budaya tertentu.
 5. Demikian pula, apabila masih ada bentuk-bentuk perilaku lain manusia yang belum ditampilkan maka hal itu dapat dijelaskan melalui penelitian yang mendalam tentang fungsi komunikasi dan perilaku tersebut.
 6. Makna suatu pesan dapat diperoleh dari fungsi-fungsi perilaku yang ditampilkan manusia, makna tersebut masih bisa dijadikan sebagai objek penyelidikan lanjutan.
 7. Sebagian sistem biologis dan pengalaman khusus manusia menentukan unsur-unsur ideosinkratik pada sistem kinesik. Ada tiga tingkat penggunaan kinesik, yaitu :
 - *Prekinesik*, merupakan studi psikologis tentang aktivitas gerakan tubuh. Aktivitas-aktivitas tersebut merupakan representasi dari perilaku satu kelompok sosial tertentu;
 - *Mikrokinesik*, merupakan studi yang khusus mengkaji unit-unit perilaku kinesik;
 - *Kinesik sosial*, merupakan studi tentang perilaku kinesik dalam konteks sosial tertentu.
- Contoh bentuk komunikasi non-verbal yang berupa sentuhan dalam kebudayaan Sunda, antara lain:
- Setiap bertemu dengan orang yang lebih tua, terutama keluarga, biasanya orang yang lebih muda mencium tangan orang yang lebih tua sebagai ungkapan rasa hormat.
 - Ketika bertemu dengan kerabat atau teman yang seusia, jika

sesama jenis kelamin, biasanya berjabat tangan dan berpelukan atau mencium pipi kanan-kiri. Jika berlainan jenis kelamin, hanya berjabat tangan saja

- Dalam hubungan suami dan istri, istri biasanya mencium tangan suaminya sebagai tanda hormat.
- Dalam upacara perkawinan, ada satu ritual injak telur yang dilakukan oleh suami, sang istri kemudian akan mencuci kaki suaminya sebagai simbol pengabdian pada sang suami.
- Dalam hubungan orang tua dan anak, orang tua biasanya mencium kening anaknya setelah si anak mencium tangan orang tuanya, biasanya dilakukan ketika selesai sembahyang berjamaah atau ketika akan pergi meninggalkan rumah untuk beraktivitas.

Menurut Teori Proksemik dari Hall, manusia dapat berkomunikasi dengan berbagai macam cara, tidak hanya dengan bahasa verbal. Meskipun Hall juga mengakui peranan bahasa salam komunikasi, hanya bahasa yang memebrikan peluang bagi pembentukan variasi-variasi komunikasi antarbudaya. Namun kata Hall banyak kasus belum tentu semua konsep pesan dapat diwakili oleh kata-kata dalam bahasa verbal.

Kebebasan manusia telah memungkinkan setiap kelompok budaya untuk menentukan bermacam-macam cara penyampaian pesan. Diantaranya melalui “bahasa” jarak dan ruang antar tubuh di saat berkomunikasi. Proksemik adalah studi tentang sistematika keterlibatan seorang dalam struktur ruang, atau jarak antara manusia dalam pergaulan sehari-hari. Definisi tersebut sekaligus menggambarkan bahwa studi tentang ruang atau jarak berkaitan erat dengan interaksi antar manusia yang berlandaskan pada ciri-ciri budaya tertentu.

Ada tiga bentuk dasar ruang antar pribadi yang dikemukakan Hall, yakni :

1. *Fixed Feature Space*, yakni suatu struktur yang tidak dapat digerakan tanpa persetujuan manusia. Struktur tetap itu hendak dimanfaatkan dalam konteks pengembangan variasi perilaku komunikasi (kebebasan gerakan dan jarak antar fisik) maka kita dapat mengubah struktur tetap tersebut sesuai dengan kehendak budaya tertentu. Pola-pola perilaku komunikasi antarmanusia senantiasa disesuaikan dengan struktur ruang tersebut.
2. *Semi Fixed Feature Space*, adalah struktur ruang yang sebagiannya bisa digerakkan atas kemauan manusia. Misalnya kita dapat menata

ruang kita disesuaikan dengan pemilikan alat-alat rumah tangga sehingga masih tersedia ruang untuk berkomunikasi antarpribadi.

3. *Informal Space*, adalah ruang atau wilayah di antara dua orang tatkala komunikasi berlangsung. Besar atau jarak ruang sangat ditentukan oleh konsep kebudayaan suatu masyarakat tertentu. Di Amerika dikenal empat jenis jarak atau ruang antar pribadi, yakni:

- Jarak intim, jarak yang diperkenankan bagi komunikasi antarpribadi dari dua orang yang sudah intim dan akrab, yakni < 46 cm;
- Jarak pribadi, adalah jarak yang diperkenankan bagi komunikasi antar dua pribadi, yakni 46 cm – 122 cm,
- Jarak kelompok, jarak tubuh atau kedekatan badan yang dimungkinkan dalam suatu komunikasi kelompok, yakni 122 cm – 366 cm; dan
- Jarak publik, adalah jarak yang diperkenankan kalau komunikasi ditujukan kepada sekelompok publik, yakni > 366 cm.

Hall mengemukakan masih ada delapan kemungkinan kategori utama dari proksemik, yakni :

1. *Posture-Sex Factors*, adalah jarak antara pria dan wanita pada waktu berhubungan sex melalui posisi dasar tidur, berdiri, duduk dan menungging.

2. *Sociofugal-Sociopetal Axis*, terdiri dari *sociofugal axis* adalah hambatan ruang antarpribadi dalam komunikasi, sebaliknya *sociopetal axis* tingkat keluasan ruangan antarpribadi dalam berkomunikasi (tidak atas hambatan). Dimensi ini memperkenankan jenis-jenis ruang kedekatan antarpribadi yang diharuskan atau yang dilarang. Apakah jarak fisik sepanjang satu bahu, satu depa, berhadap-hadapan atau membelakangi dan lain-lain.

3. *Kinesthetic factors*, adalah perilaku proksemik yang memperkenankan kebiasaan menyentuh tubuh sebagai bukti tingkat keakraban antarpribadi. Dalam kontak fisik, setiap individu harus memperhatikan dengan teliti jarak anggota tubuh, apakah harus bersinggungna atau bersentuhan atau tidak boleh bersentuhan sama sekali.

4. Meraba dan menyentuh, adalah perilaku yang diperkenankan oleh suatu kebudayaan tertentu untuk meraba-raba, menyentuh, memegang, mengusap, menyinggung orang lain dengan tangan. Termasuk di dalamnya adalah kebiasaan mengecapi

makanan, minuman, memperpanjang pegangan, membuat tekanan-tekanan pada pegangan, sentuhan mendadak, atau kebetulan menyentuh.

5. *Visual Code*, adalah kebiasaan kontak mata (langsung atau tidak langsung) yang diperkenankan oleh kebudayaan tertentu.
6. *Thermal Code*, adalah kebiasaan untuk mengamati atau menikmati kehangatan antarpribadi.
7. *Olfactory Code*, adalah tatanan jenis dan tingkat kehangatan yang terlihat pada waktu orang bercakap-cakap.
8. *Voice Loudness*, adalah kekuatan suara waktu berbicara dan dihubungkan secara langsung dengan ruang antarpribadi.

Menurut Teori Paralinguistik dari Trager, disebut juga perilaku pesan melalui isyarat-isyarat verbal vokal. Paralinguistik terletak di antara perilaku pesan verbal dan nonverbal. Jadi bagaimana mengorganisasikan penerapan vokal dengan kinesik dan proksemik dalam komunikasi antarpribadi. Trager membagi perilaku pesan melalui isyarat verbal-vokal atas empat jenis, yakni :

- Kualitas Suara, adalah cara menggunakan vokal berdasarkan tandatanda tertentu, misalnya tingkat letupan suara, kualitas tekanan suara (keras, lembut, serius, santai) dan kecepatan suara atau irama.
- Ciri-ciri Vokal, adalah cara membunyikan suara ketika anda sedang tertawa, menangis, berteriak, menguap, meludah, dan mengisap.
- Pembatasan Vokal, adalah cara menyembunyikan suara pada setiap kata dan 'frase' kata. Satu kata mungkin bisa diucapkan dengan nada suara halus hingga letupan kasar. Demikian pula suatu 'frase' diucapkan secara perlahan-lahan kemudian makin cepat dan menguat.
- Pemisahan Vokal, cara membunyikan suara berdasarkan kategori irama yang mempunyai kontribusi tertentu pada suatu percakapan.

Perjumpaan Nonverbal

1. Pertama-tama ciptakan kontak mata, mata mengkomunikasikan perhatian dan minat pada diri orang itu.
2. Sambil memelihara kontak mata, senyumlah dan isyaratkan lebih lanjut minat anda serta tanggapan positif anda kepada orang lain
3. Pusatkan perhatian anda. Ini secara nonverbal mengisyaratkan bahwa anda tidak menaruh perhatian pada hal-hal lain. Tetapi

hati-hatilah, jangan sampai anda terlalu memusatkan perhatian sehingga membuat orang tersebut merasa tidak nyaman.

4. Ciptakan kedekatan fisik atau setidaknya kurangilah jarak fisik antara anda berdua. Dekatilah, tetapi jangan sampai melanggar batas kenyamanan, sehingga minat anda untuk membuat kontak tampak dengan jelas.
5. Peliharalah postur yang terbuka. Selama perjumpaan ini, peliharalah postur tubuh yang mengkomunikasikan kesediaan untuk memasuki interaksi dengan orang itu. Tangan menyilang di dada atau memegang perut jelas merupakan postur (sikap tubuh) yang perlu anda hindari. Sikap seperti itu seringkali mengisyaratkan ketidaksediaan membiarkan orang lain memasuki wilayah anda.
6. Berilah tanggapan secara nyata (kelihatan dengan jelas). Dengan asumsi komunikasi nonverbal anda ditanggapi, balaslah itu dengan senyuman, anggukan, atau kedipan mata.
7. Kukuhkan perilaku positif –apa yang dilakukan orang itu untuk mengisyaratkan minat dan kesediaan untuk membalas kontak. Tanggapilah secara positif. Sekali lagi angguklah.
8. Hindarilah sikap yang berlebihan. Komunikasi nonverbal diperlukan untuk membina kontak atau mengisyaratkan minat. Tetapi, ini dapat menimbulkan masalah jika dilakukan secara berlebihan atau tidak diikuti dengan komunikasi yang lebih eksplisit. Karenanya, jika anda ingin melakukan kontak verbal, lakukan segera setelah anda melakukan komunikasi nonverbal atau cobalah kali lain.

Jalaludin Rakhmat (1994) mengelompokkan pesan-pesan nonverbal sebagai berikut:

1. Pesan Kinesik. Pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh yang berarti, terdiri dari tiga komponen utama: pesan fasial, pesan gestural dan pesan postural.
 - a. Pesan fasial menggunakan air muka untuk menyampaikan makna tertentu. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa wajah dapat menyampaikan paling sedikit sepuluh kelompok makna: kebahagiaan, rasa terkejut, ketakutan, kemarahan, kesedihan, kemuakan, pengecaman, minat, ketakjuban, dan tekad. Leathers (1976) menyimpulkan penelitian-penelitian tentang wajah sebagai berikut:
 - Wajah mengkomunikasikan penilaian dengan ekspresi senang dan tak senang, yang menunjukkan apakah

- komunikator memandang objek penelitiannya baik atau buruk;
- Wajah mengkomunikasikan berminat atau tak berminat pada orang lain atau lingkungan;
 - Wajah mengkomunikasikan intensitas keterlibatan dalam situasi situasi;
 - Wajah mengkomunikasikan tingkat pengendalian individu terhadap pernyataan sendiri; dan wajah barangkali mengkomunikasikan adanya atau kurang pengertian.
- b. Pesan gestural menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasi berbagai makna.
- c. Pesan postural berkenaan dengan keseluruhan anggota badan, makna yang dapat disampaikan adalah:
- Immediacy yaitu ungkapan kesukaan dan ketidak sukaan terhadap individu yang lain. Postur yang condong ke arah yang diajak bicara menunjukkan kesukaan dan penilaian positif;
 - Power mengungkapkan status yang tinggi pada diri komunikator. Anda dapat membayangkan postur orang yang tinggi hati di depan anda, dan postur orang yang merendah;
 - Responsiveness, individu dapat bereaksi secara emosional pada lingkungan secara positif dan negatif. Bila postur anda tidak berubah, anda mengungkapkan sikap yang tidak responsif.
2. Pesan Proksemik; disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang. Umumnya dengan mengatur jarak kita mengungkapkan keakraban kita dengan orang lain.
3. Pesan Artifaktual; diungkapkan melalui penampilan tubuh, pakaian, dan kosmetik. Walaupun bentuk tubuh relatif menetap, orang sering berperilaku dalam hubungan dengan orang lain sesuai dengan persepsinya tentang tubuhnya (body image). Erat kaitannya dengan tubuh ialah upaya kita membentuk citra tubuh dengan pakaian, dan kosmetik.
4. Pesan Paralinguistik; adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Satu pesan verbal yang sama dapat menyampaikan arti yang berbeda bila diucapkan secara berbeda. Pesan ini oleh Dedy Mulyana (2005) disebutnya sebagai parabahasa.

5. Pesan sentuhan dan bau-bauan. Alat penerima sentuhan adalah kulit, yang mampu menerima dan membedakan emosi yang disampaikan orang melalui sentuhan. Sentuhan dengan emosi tertentu dapat mengkomunikasikan: kasih sayang, takut, marah, bercanda, dan tanpa perhatian. Bau-bauan, terutama yang menyenangkan (wewangian) telah berabad-abad digunakan orang, juga untuk menyampaikan pesan, menandai wilayah mereka, mengidentifikasi keadaan emosional, pencitraan, dan menarik lawan jenis.

E. Tujuan dan Jenis Komunikasi Nonverbal

1. Tujuan Komunikasi Nonverbal

Komunikasi non-verbal seringkali berkaitan erat dengan komunikasi lisan (ucapan). Seringkali terjadi penggabungan antara komunikasi lisan dan komunikasi non-verbal dalam suatu situasi tertentu. Kata-kata yang diucapkan dalam suatu percakapan hanya membawa sebagian dari suatu pesan. Sedangkan bagian lainnya, disampaikan melalui tanda-tanda non-verbal. Bayangkan orang yang sedang sangat marah, selain mengungkapkan kemarahan melalui ucapan yang tajam, seringkali disertai muka merah, mata melotot sampai telunjuk menunjuk-nunjuk.

Komunikasi non-verbal mempunyai beberapa tujuan, di antaranya:

- a. Menyediakan/memberikan informasi
- b. Mengatur alur suara percakapan
- c. Mengekspresikan emosi
- d. Memberikan sifat, melengkapi, menentang, atau mengembangkan pesan-pesan verbal
- e. Mengendalikan atau mempengaruhi orang lain
- f. Mempermudah tugas-tugas khusus, misalnya mengajari suatu permainan olah raga tertentu, antara lain memperagakan cara berenang yang baik, memperagakan bagaimana mengayunkan raket bulu tangkis atau tennis, dan lain-lain.

Relevansi komunikasi non-verbal dalam dunia bisnis antara lain dapat membantu menentukan kredibilitas dan potensi kepemimpinan seseorang. Jika seseorang dapat belajar mengelola pesan yang dibuat dengan tanda-tanda non-verbal, misalnya intonasi suara, ekspresi wajah, gerak tubuh, penampilan, dan lain-lain, maka ia akan dapat melakukan komunikasinya dengan baik.

Seorang manajer haruslah menjadi seorang komunikator yang

baik, baik secara verbal maupun non-verbal. Ia harus memahami bagaimana menyampaikan pesan-pesan bisnis kepada bawahannya, atasan, supplier, mitra perusahaan, konsumen/klien dan lain. Jika seseorang dapat belajar membaca tanda-tanda non-verbal yang disampaikan orang lain, maka ia akan dapat menafsirkan maksud pesan secara tepat dan akurat.

Oleh karena itu, saat berhubungan dengan bawahan, atasan, pemasok atau pelanggan/klien perhatikan tanda-tanda non-verbal mereka disamping mendengar komunikasi verbal mereka. Jika seorang pelanggan atau klien merasa kecewa atau senang dengan pelayanan perusahaan, maka tanda-tanda non-verbal mereka akan menunjukkan sikap seperti itu.

Misalnya saat mereka mengatakan terima kasih atas pelayanan kita, konsumen yang benar-benar puas mungkin akan menunjukkan mukanya yang bersemi-seri atau bersahabat, dengan tatapan mata yang berbinar-binar. Namun jika pelanggan mengatakan terima kasih sambil memalingkan muka, dengan muka yang masam, mungkin ucapan terima kasih-nya itu hanya basa-basi belaka.

2. Jenis-Jenis Komunikasi Nonverbal

Berikut ini jenis-jenis komunikasi non-verbal yang bisa menunjukkan bagaimana seseorang mengekspresikan emosinya dalam berhubungan dengan orang lain, diantaranya:

a. Ekspresi Muka

Wajah anda bisa mengkomunikasi apa yang sebenarnya anda rasakan atau butuhkan. Anda bisa mengkomunikasikan rasa cinta anda, ketakutan, kegembiraan, kesedihan melalui muka anda, apakah itu melalui mata, bibir, atau jidat. Muka merupakan tempat utama dalam mengekspresikan emosi seseorang. Ini dapat terlihat dari jenis dan intensitas perubahan muka seseorang.

Mata seseorang terutama sangat efektif untuk mengindikasikan perhatian dan minat, mempengaruhi orang lain, mengatur interaksi dan membuat dominasi. Penelitian menunjukkan bahwa muka manusia dapat mentransmisikan lebih dari 250,000 ekspresi yang berbeda. Dengan demikian area muka seseorang (mata, alis, muka, mulut dan pipi) mungkin lebih mampu mengkomunikasikan secara non-verbal daripada bagian tubuh lainnya.

b. Badan

Posisi badan dapat menunjukkan bagaimana keadaan anda.

Apakah anda sedang percaya diri, riang, kelihatan bingung, suasana hati yang kurang baik, atau putus asa. Dalam suatu proses wawancara posisi badan biasanya dapat menunjukkan situasi yang dihadapi oleh pelamar kerja, apakah percaya diri atau kurang percaya diri.

c. Gerak Tubuh

Gerak tubuh bisa menunjukkan komunikasi seseorang. Seseorang yang mengatakan “tidak tahu!”, mungkin akan menggelengkan kepalanya, atau jika seseorang menunjukkan rasa tidak peduli terhadap pertanyaan kita, bisa saja dia mengangkat bahunya.

d. Intonasi Suara

Intonasi suara dapat menunjukkan komunikasi. Apakah seseorang Berbicara dengan tekanan tertentu, berbicara keras, marah atau sinis dan meremehkan dapat diketahui dari intonasi bicaranya.

e. Kontak Mata

Komunikasi seseorang dapat menggunakan tatapan matanya. Apakah ia marah, cinta, atau sedih dapat diketahui dari tatapan matanya. Seringkali tatapan mata tidak dapat membohongi. Orang dengan dapat mudah menangkap suasana hati lawan bicaranya dengan melihat tatapan matanya.

f. Diam

Diam bisa berarti juga sedang melakukan komunikasi. Seseorang dengan diam bisa saja ia mengkomunikasikan tidak ingin diganggu, atau sedang marah, sebel, benci, dan sebagainya. Dalam komunikasi di budaya Timur, diam bisa diartikan dengan beragam arti. Tanda-tanda non-verbal lainnya dapat memperkuat atau menjelaskan arti kondisi diam seseorang yang sebenarnya.

g. Perilaku Sentuhan

Sentuhan merupakan saran penting dalam mengkomunikasikan kehangatan dan kenyamanan seseorang. Dalam banyak budaya, sentuhan digunakan untuk menyampaikan rasa sayang, cinta dan kehangatan perlakuan. Jika seorang atasan menepuk-nepuk bahu bawahannya, dapat diartikan dia menunjukkan apresiasinya atau pujian, bisa juga dalam situasi tertentu diartikan dia sedang memberikan dorongan kepada bawahannya tersebut.

F. Mempertajam Kecakapan Komunikasi Nonverbal

Saat berkomunikasi secara lisan berilah perhatian pada tanda-

tanda non-verbal lawan bicara anda. Hindari memberikan sinyal yang membingungkan. Contohnya, jika anda mengatakan kepada bawahan anda bahwa saat ini bukan waktu yang terbaik untuk berbicara, maka jangan memberikan sinyal non-verbal bahwa saat ini bukan waktu yang terbaik untuk bicara dengan menunjukkan sikap yang terpaksa, baik melalui tatapan mata, ekspresi muka atau gerak tubuh.

Ada beberapa cara untuk meningkatkan kemampuan komunikasi non-verbal, yaitu melalui: kesadaran diri, mencari pola dalam perilaku yang sesuai dan mengecek ketepatan pengamatan.

1. Kesadaran Diri

Keefektifan dalam menerima tanda-tanda/sinyal non-verbal dapat meningkat melalui kesadaran diri. Jika seseorang bisa mengekspresikan dirinya sendiri secara akurat dan jelas dan tahu perasaannya, maka dia akan bisa memahami komunikasi non-verbal yang diperlihatkan oleh pihak lain.

2. Pola Perilaku

Pola-pola perilaku biasanya terefleksikan oleh keseluruhan tubuh seseorang. Kecemasan contohnya, bisa terlihat dari memainkan jari tangan, tegang atau sikap yang kaku, suara yang gemetar. Akan mudah menarik kesimpulan didasarkan atas ekspresi muka saja. Namun seseorang juga harus memperhatikan postur, pakaian, dan percakapan untuk menentukan pola perilaku dalam masing-masing situasi.

3. Ketepatan Pengamatan

Suatu saat mungkin akan bijaksana jika seseorang bisa memahami secara tepat tanda-tanda komunikasi non-verbal. Kenyataannya jika seseorang menutupkan matanya saat ia sedang berdiskusi bukan berarti ia bosan atau tidak tertarik. Mungkin saja ia sedang mengkonsentrasikan dirinya pada topik yang sedang dipercekapkan. Begitu pula sebaliknya. Seseorang bisa mengecek pengamatannya secara akurat dengan menanyakan: "apakah anda mendengarkan saya?" atau: "apakah anda memahami apa yang saya katakan?"

G. Orientasi Ruang dan Jarak Pribadi

Bagaimanakah hewan mempertahankan wilayah mereka? Sebagian burung bernyanyi selama masa perijodohan untuk memberitahu burung lain agar menjauh, seekor beruang akan mencakar kulit kayu batang pohon, seekor srigala akan kencing di pinggir wilayahnya, dan seekor rusa akan mengeluarkan zat berbau dan kelenjar di dekat lubang hidungnya.

'Banyak hewan jantan menguasai wilayah tertentu dan menunjukkan kepemilikan mereka pada semua hewan lainnya. Mereka membolehkan calon pasangan memasuki wilayah mereka namun menghalau hewan jantan sejenis. Di kalangan rusa, misalnya, ukuran wilayah menandakan kekuasaan rusajantan, yang pada gilirannya menentukan seberapa banyak rusa betina yang akan dijadikan jodohnya. Rusa jantan yang kurang berkuasa hanya menguasai wilayah lebih kecil dan konsekuensinya hanya berkawan dengan satu atau dua rusa betina. Pola umum hewan ini juga ternyata merupakan bagian integral dan perilaku manusia.'

Setiap budaya punya cara khas dalam mengkonseptualisasikan ruang, baik di dalam rumah, di luar rumah ataupun dalam berhubungan dengan orang lain. Edward T. Hall adalah antropolog yang menciptakan istilah proxemics (proksemika) sebagai bidang studi yang menelaah persepsi manusia atas ruang (pribadi dan sosial), cara manusia menggunakan ruang dan pengaruh ruang terhadap komunikasi. Beberapa pakar lainnya memperluas konsep proksemika ini dengan memperhitungkan seluruh lingkungan fisik yang mungkin berpengaruh terhadap proses komunikasi, termasuk iklim (temperatur), pencahayaan, dan kepadatan penduduk.

William Griffith dan Russell Veitch' mengemukakan bahwa ketertarikan kita pada seseorang juga dipengaruhi oleh temperatur dan kepadatan penduduk. Seorang wanita akan tampak "lebih cantik" atau "lebih menarik" di tempat yang bersuhu normal ketimbang di tempat yang bersuhu lebih tinggi, dan di tempat yang kepadatan penduduknya rendah ketimbang di tempat yang kepadatan penduduknya tinggi. ini mengisyaratkan bahwa seorang wanita yang tidak menarik pun akan terlihat "cukup menarik" bila ia satu-satunya wanita di suatu pulau, sementara penduduk lain pulau itu adalah lelaki, sehingga boleh jadi wanita tersebut akan diperebutkan. Studi Griffith dan Veitch ini juga membantu menjelaskan mengapa daerah-daerah kumuh di perkotaan rentan terhadap berbagai kerusuhan atau tawuran antarwarga, seperti yang sering terjadi di Jakarta. Masuk akal pula bahwa tingkat pembunuhan di Amerika Serikat selalu meningkat pada musim panas dibandingkan dengan ketiga musim lainnya. Sebabnya, pada musim panas siang hari di negeri itu lebih panjang daripada musim lainnya. Itu berarti lebih banyak orang keluar pada musim itu, apalagi musim libur panjang pun jatuh pada musim panas. Intensitas interaksi antar manusia yang tinggi pada gilirannya juga menimbulkan frekuensi keributan yang tinggi pula. Tidak jarang keributan itu diselesaikan dengan penganiayaan atau bahkan pembunuhan. Kebutuhan untuk bersenang-senang juga mendorong orang

untuk berbuat apa saja untuk mendapatkan uang. dengan memeras, merampok, atau. membunuh sekalipun. Minuman beralkohol yang mereka konsumsi di bar atau tempat hiburan lainnya mendorong orang lebih berani melakukan tindakan pembunuhan.

Pencahayaan dapat juga mendorong atau menyurutkan seseorang untuk berkoinunikasi. Dalam ruang kuliah dan ruang baca cahaya terang diharapkan karena hal itu diperlukan olde mahasiswa untuk menulis atau mernbaca. Di sebuah kafe tempat kencan, ruang musik, atau ruang televisi, kita rnengharapkan cahaya yang lebih lunak. Suasana seperti itu sesuai untuk percakapan yang intim. Itu sebabnya sepasang pria-wanita yang sedang berkencan menggunakan lilin, bukan petromaks. Rasanya tidaklah kondusif untuk melakukan percakapan pribadi di ruang terbuka yang gaduh atau di ruang tertutup yang sesak dan terang benderang.

Berbagai eksperimen memang menunjukkan bahwa lingkungan yang estetis mempengaruhi pikiran dan kenyamanan manusia, dan karenanya juga mempengaruhi interaksinya dengan orang lain. Misalnya, Maslow dan Mintz menempatkan sekelompok orang dalam ruangan indah, ruangan rata-rata, dan ruangan jelek dan meminta mereka untuk menilai foto-foto wajah manusia. Kelompok orang dalam ruangan yang indah secara signifikan memberi skor lebih tinggi; mereka mempersepsi gambar-gambar itu sebagai lebih berenergi dan sejahtera. Kelompok orang dalam ruangan rata-rata memperoleh skor berikutnya yang lebih rendah, sedangkan kelompok orang dalam ruangan yang jelek mempersepsi kelelahan dan ketidakbahagiaan pada gambar-gambar yang sama. Maka, kuliah yang diadakan di ruangan baru, berkarpet, ber-AC, dengan warna dinding yang cerah dengan kursi yang empuk akan berbeda dengan kuliah di ruangan tua yang suram dengan kursi dan meja kayu yang usang. Dalam ruangan pertama mahasiswa akan lebih betah mengikuti kuliah dan memperoleh lebih banyak pengetahuan daripada dalam ruangan yang kedua.

1. Ruang Pribadi Vs Ruang Publik

Setiap orang, baik ia sadar atau tidak, memiliki ruang pribadi (personal space) imajiner yang bila dilanggar, akan membuatnya tidak nyaman. Kita selalu membawa ruang pribadi ini ke mana pun kita pergi, juga ketika kita naik lift atau naik bus kota yang penuh sesak. Begitu masuk ke lift, sebagai kompensasi atas terlanggarnya ruang pribadi, kebanyakan orang berdiam kaku, berusaha untuk tidak menyentuh orang lain, menghindari tatapan orang lain, melihat langit-langit, atau petunjuk di atas pintu lift. Mereka baru kembali ke keadaan normal lagi begitu mereka keluar dan lift.

Untuk membuktikan lebih saksama bahwa setiap orang mempunyai ruang pribadi ini (bila Anda laki-laki) hampirilah seorang wanita yang tidak Anda kenal (yang biasanya ruang pribadinya lebih besar daripada ruang pribadi orang yang Anda kenal) sedekat di perpustakaan, padahal ruang yang ada cukup lapang. Ia pasti akan memberikan reaksi, seperti bergeser ke samping, atau meletakkan buku atau tas sebagai pembatas antara dia dan Anda. Bila ia pindah ke tempat lain, ikuti dia dan duduklah di dekatnya seperti tadi. Kali ini mungkin ia akan cemberut, menggerutu, atau memelototi Anda. Jika ia menjauh lagi, dekati iagi. Kini mungkin ia membentak Anda untuk tidak mengganggunya, atau ia kabur meninggalkan Anda. (Anda dapat juga melakukan hal tersebut terhadap seorang pria, dengan risiko Anda akan dianggap homoseksual).

Ruang pribadi kita identik dengan “wilayah tubuh” (*body territory*), satu dan empat kategori wilayah yang digunakan manusia berdasarkan perspektif Lyman dan Scott.⁷ Ketiga wilayah hainnya adaiah: wilayah publik (*public territory*), yakni tempat yang secara bebas dimasuki dan ditinggalkan orang, dengan sedikit kekecualian (hanya boleh dimasuki oieh kalangan tertentu atau syarat tertentu); wilayah rumah (*home territory*), yakni wilayah publik yang yang bebas dimasuki dan digunakan orang yang mengakui memilikinya, misahnya bar homoseksual dan klub privat; dan wilayah interaksional (*interactional territory*), yakni tempat pertemuan yang memungkinkan semua orang berkomunikasi secara informal, seperti tempat pesta atau tempat cukur.

Dalam interaksi sehari-hari di dalam dan di luar rumah, kita mengklaim wilayah pribadi kita. Keluarga menetapkan siapa menempati kamar yang mana. Kamar tidur lazimnya adalah wilayah paling pribadi, sementara ruang-ruang lainnya yang kurang pribadi berturut-turut adalah ruang tengah (keluarga), ruang tamu, teras, halaman dan jalan. Bahkan pada saat makan pun, tidak jarang anggota-anggota keluarga, khususnya ayah, menempati kursi tertentu, biasanya di kepala meja. Kebingungan bisa terjadi ketika ada kerabat atau tamu yang tiba-tiba duduk di kursi kepala keluarga. Saat kami hendak makan bersama, kakak ipar saya dengan cepat duduk di kursi ayah saya, tanpa menunggu dipersilakan terlebih dahulu. Hal ini sempat menimbulkan masalah dan persepsi yang lain bagi orangtua saya. Rupanya dalam adat Batak, hal tersebut menunjukkan keakraban dan kedekatan. Malah adanya aturan menunggu perintah menimbulkan kesenjangan di antara kedua

belah pihak. Saat kita kuliah atau belajar di perpustakaan, sering kita menaruh buku di meja atau meletakkan jaket atau tas di kursi, sebagai tanda bahwa meja dan kursi itu' adalah "milik" kita. Kita bahkan dapat meninggalkan meja dan kursi tersebut untuk sementara, misalnya kita pergi ke WC atau mengambil buku di rak. Jika seseorang telah memindahkan jaket atau tas kita tersebut, ketika kita kembali, dan menemukan jaket atau tas orang lain, kita menjadi marah karena ia telah mengambil wilayah kita. Ketua jurusan atau pembantu dekan di universitas mengatur ruang kerja mereka agar kursi mereka dapat dikenali, dan kalau bias tidak seorang pun duduk di sana. Kita juga menggunakan pagar, memasang tanda "Do not disturb," "Dilarang masuk," "Awas ada anjing galak," "Kecuali penghuni," "Bukan jalan umum," atau stiker mobil "Bila Anda dapat membaca in Anda terlalu dekat," untuk menunjukkan wilayah kita.

Wanita tunasila jalanan sering mengklaim wilayah operasi mereka, meskipun wilayah itu sebenarnya milik publik; begitu juga kaum preman dan tukang parkir (resmi atau tidak resmi), meski tanpa dokumen tertulis apa pun, untuk mengutip uang dan pedagang atau dan mobil yang diparkir. Perkelahian antar gang sering terjadi karena perebutan wilayah ini, dan ada kalanya menimbulkan korban jiwa. Dalam berkendara di jalan, sering kendaraan besar memberi tanda bahwa mereka lebih berhak menggunakan jalan, misalnya dengan membunyikan klakson atau menyorotkan lampu mobil, apalagi bila jalanan senipit atan terbatas, bahkan juga di jalan tol dalam keadaan padat-kendaraan. Maka sebutan bus atau truk sebagai "raja jalanan" memang bukan tanpa alasan. Di jalan yang lapang dan lengang, perilaku sopir biasanya herbeda. Mereka masih memiliki tata krama dan tenggang rasa. Menarik bahwa di Amerika, di Jepang. dan di negara "beradab" lainnya, pejalan kaki lebih berhak menggunakan jalan daripada pengendara. Di simpang jalan yang tanpa lampu lalu lintas, pengendara akan menjalankan mobilnya dengan lambat dan mempersilakan pejalan kaki untuk menyeberangi jalan. Di negara kita, yang terjadi justru sebaliknya. Bila seseorang tertabrak kendaraan di simpangjalan, maka yang disalahkan adalah pejalan kaki hukan pengendara.

Edward T. hall mengemukakan empat zona spasial dalam interaksi sosial di Amerika Serikat: zone intim (0 - 18 inci) untuk kaki, hanya untuk kawan-kawan akrab, meskipun terkadang kita mengizinkan orang lain untuk memasukinya, misalnya orang yang diperkenalkan

kepada kita; zona sosial (4 — 10 kaki), yaitu ruang yang kita gunakan untuk kegiatan bisnis sehari-hari, seperti antara manajer dan pegawainya; dan zona publik (10 kaki — tak terbatas), yang mencerminkan jarak antara orang-orang yang tidak saling mengenal, juga jarak antara penceramah dengan khalayak pendengarnya.⁷ Keempat zona in khususnya zona pribadi, atau apa yang disebut wilayah tubuh oleh Lyman dan Scott, bisa berlainan dan satu budaya ke budaya lain, juga di antara sesama pria dan di antara sesama wanita. Orang-orang Anglo-Saxon pada umumnya menjaga jarak pribadi lebih renggang daripada orang-orang Amerika Latin, orang-orang Eropa Selatan, dan orang-orang dan banyak negara di Asia. Cina dan Jepang termasuk kekecualian, karena mereka menjaga jarak yang renggang, lebih renggang daripada orang-orang Amerika. Ruang pribadi pria di kedua negara itu umumnya lebih luas daripada ruang pribadi wanita; pria lebih aktif⁷ mempertahankan wilayah mereka; dan pria lebih sering berjalan di depan pasangan wanitanya daripada sebaliknya.

Di Amerika Serikat khususnya, menurut Margaret Mead, “Tidak seorang pun bersedia membaui orang lain, meskipun mereka tidak dapat berbuat apa-apa untuk mencegah hal itu.” Sebaliknya, orang-orang Amerika Latin berbicara dengan jarak lebih rapat, tanpa menunjukkan isyarat bahwa mereka ingin melakukan pendekatan seksual. Tidak akan ada kesan bahwa orang yang bersangkutan adalah “homoseksual” atau “lesbian” seperti yang dipersepsi di Amerika atau Australia misalnya. Budaya kita yang kolektivis, membuat kita pun berdiri atau duduk rapat ketika berbicara, juga tanpa memperlihatkan agresivitas seksual. Membau keringat orang lain adalah hal biasa ketika kita duduk dan berdiri berhimpitan dalam bus kota. Orang-orang Arab berbicara lebih rapat lagi, seakan-akan mereka saling mengendus tubuh lawan bicara: hidung hampir bertemu hidung, napas menyapu muka, bahkan saling berciuman pipi ketika mereka bertemu, bila sudah akrab. Ketika bersama orang Arab, kita harus tahan berdekatan dengan mereka. Bila kita mencoba menjauh, orang Arab akan menyangka.bah kehadiran fisik mereka rnenjijikkan atau kita dianggap orang yang dingin dan tidak Berbagai penelitian inengenai komunikasi antarpribadi menunjukkan bahwa sernakin dekat hubungan antara dua orang, sernakin dekat jarak mereka berbicara, meskipun ada batasnya. Bila batas ini dilanggar, akan timbul perasaan tidak nvaman pada mitranya. Sepasang suami istri atau sepasang sahabat dekat pastiiah

akan duduk lebih berdekatan daripada dua orang yang tidak saling mengenal. Bila Anda bertemu dengan dua orang dan salah satu dan mereka mencondongkan tubuh dan kepalanya lebih dekat kepada Anda, Anda boleh yakin orang itu lebih meriyukai Anda dari pada yang lainnya. Dengan kata lain, orang akan menjaga jarak lebih jauh dengan lawan bicara yang ia anggap tidak ramah daripada dengan lawan bicara yang ia anggap ramah.

Orientasi orang Indonesia yang kolektivis tampaknya mempengaruhi cara ia mengambil tempat duduk. Di ruang tunggu dokter atau di dalam bus, orang Indonesia akan cenderung mendekati orang lain yang lebih dulu duduk untuk mencari teman bicara, berbeda dengan orang Amerika yang individualis yang justru cenderung menjauhi orang yang lebih dulu duduk di tempat itu. Variasi unik dapat juga kita temukan dalam beberapa budaya. Misalnya, pria Arab Sudan biasanya berjalan di depan istrinya. Sang istri boleh jadi tidak duduk di dekat suaminya pada saat makan, karena ruang pribadi si pria adalah miliknya sendiri.⁷ Di Jepang pun, kadang-kadang kita masih menemukan istri yang berjalan di belakang suaminya.

2. Posisi Duduk dan Pengaturan Ruangan

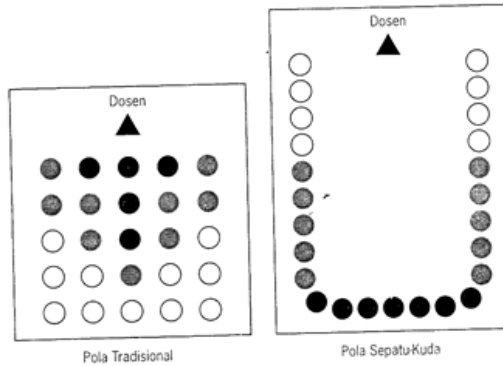
Saat Anda pertama kali memasuki ruang kuliah dan memilih kursi, Anda harus memutuskan di mana Anda akan duduk, di depan, di tengah, atau di belakang. Posisi duduk yang Anda putuskan, bila Anda berpeluang untuk itu, boleh jadi akan ditafsirkan orang, termasuk dosen Anda. Bila Anda memilih duduk di depan, mungkin Anda dianggap orang pandai, ingin memperoleh nilai yang baik, hangat, terbuka, atau mencari perhatian. Posisi tengah mungkin diindentikkan dengan kerendahan hati, tidak ingin menonjol, sedangkan posisi belakang mungkin diasosiasikan dengan ketidakpedulian atau kebodohan.

Setiap budaya mengkonsepsikan pola komunikasi diadik (dua orang) yang berlainan. Secara garis besar, orang Barat senang berbicara berhadapan, sedangkan orang Timur senang berbicara berdampingan atau membentuk siku-siku. Bagi orang Timur, orang Cina khususnya, berbicara berhadapan mengesankan tidak nyaman dan konfrontatif. Sebabnya, antara lain, karena orang Timur ingin menjaga keselarasan (bekerja sama) dengan orang lain, sedangkan orang Barat bersifat individualis dan senang berkompetisi. Dalam banyak budaya Timur, pengaturan tempat duduk mencerminkan perbedaan status dan peran. Di Korea misalnya, tempat duduk sebelah kanan di dalam mobil, kantor, atau rumah, dianggap tempat

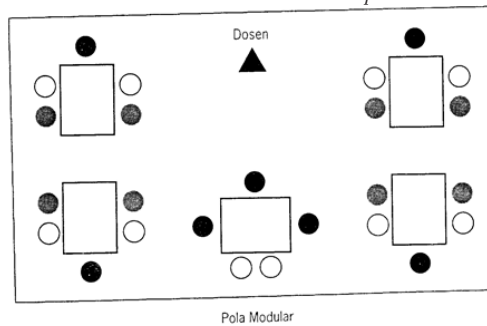
duduk terhormat. Di Jepang, orang yang paling dihormati duduk di salah satu kepala meja berbentuk empat persegi-panjang; pejabat berikutnya di kanan dan kiri posisi senior ini; dan posisi terendah duduk dekat pintu dan di ujung meja yang berlawanan dengan tempat duduk orang paling berkuasa.

Winston Churchill pernah mengatakan, “Kita membentuk bangunan kita, dan setelah itu bangunan kita membentuk kita.” Gedung-gedung bertingkat di kota metropolitan, perumahan real estate yang asri di kota peristirahatan, kampung kumuh di pinggir sungai, dan gubuk-gubuk milik petani di lereng gunung, semua itu merupakan “panggung-panggung” berbeda tempat manusia memainkan drama kehidupan. Salah satu tafsiran atas ucapan Churchill itu adalah bahwa kenyamanan peserta komunikasi juga dipengaruhi penataan ruangan, kursi dan meja di ruangan tersebut.

Penataan furniture jelas mempengaruhi suasana komunikasi. Dokter Abraham White melakukan eksperimen informal untuk mengetahui apakah meja yang membatasi dokter dan pasiennya mempengaruhi konsultasi mereka. Ia menemukan bahwa bila meja pembatas itu ditiadakan, 55,4% dan pasiennya duduk santai. Bila meja itu di tempatnya, hanya 10,8% dari jumlah pasiennya yang duduk santai. Maka masuk akal pula bila seorang bawahan yang diterima persis di depan bosnya dengan dibatasi meja yang lebar akan merasa kurang nyaman. Bawahan akan merasa lebih nyaman bila ia diterima di kursi jok dengan duduk bersebelahan atau membentuk siku-siku dengan atasannya. Bos yang tetap duduk di kursinya di belakang meja kantornya itu cenderung ingin menunjukkan statusnya sebagai atasan. Pesan nonverbalnya seakan-akan, “Mari kita bicara resmi. Saya atasan kamu. Dan kamu’ bawahan saya.” Sebaliknya bila ia duduk di kursi jok dekat bawahannya, secara simbolik ia merendahkan statusnya itu sehingga hampir sejajar dengan bawahannya, seakan-akan mengatakan, “Santai saja. Jangan gugup. Kita ngobrol saja.” Maka seorang polisi yang terampil akan menginterogasi orang yang dicurigai dengan meniadakan meja yang membatasi mereka, sehingga orang yang dicurigai tersebut lebih terdorong untuk berbicara terus terang. Dalam dunia bisnis, sebagian manajer yang arif malah berusaha meningkatkan komunikasi informal dengan mengunjungi bawahan di ruang bawahan sendiri. David Ogilvy, kepala salah satu agen periklanan terbesar di Amerika berkata, “Jangan panggil orang ke kantor Anda—itu menakutkan mereka. Alih-alih, kunjungilah mereka di kantor mereka.”



Gambar 9.1. Pola Tradisional dan Sepatu-Kuda



Gambar 9.2. Pola Modular

Secara umum dapat dikatakan, semakin formal penataan ruangan, semakin formal pulalah komunikasi yang dikehendaki. Hubungan pembicara dengan pendengar dalam suatu kuliah, seminar, lokakarya atau pelatihan, juga bergantung pada pengaturan furnitur. Terdapat tiga pola dasar dalam pengajaran di kelas, yakni pola tradisional, pola sepatu-kuda, dan pola modular⁷. Pembicara yang menggunakan pola tradisional, yakni duduk atau berdiri di depan ruangan, apalagi bila menggunakan mimbar, sementara pendengarnya duduk berjajar ke belakang, mengesankan berkuasa, menjaga jarak, dan mengurusi pendengarnya. Bila kursi dan meja diatur membentuk sepatu-kuda (U atau setengah lingkaran), sementara pembicara berdiri atau duduk di tengah-tengah kedua tepinya, maka jarak status ini mengesankan lebih sempit, dan komunikasi dua-arah atau bahkan multi-arah pun akan lebih lancar. Pola modular paling jarang digunakan, baru dilakukan bila pembicara menghendaki kerjasama kelompok.

Terdapat pola-pola lain yang merupakan modifikasi dan pola-pola dasar ini. Dalam kenyataannya, pola sepatu-kuda mungkin terdiri dan beberapa baris, atau dimodifikasi menjadi pola lingkaran, pola

elips, atau pola empat persegi panjang, atau juga pola sepertiga atau seperempat lingkaran, disesuaikan dengan jumlah peserta komunikasi dan kondisi ruangan yang ada. Pola lingkaran akan memberi kesan kesederajatan kepada semua orang yang hadir.

Kuliah di Indonesia, termasuk kuliah pascasarjana, sering menggunakan pola tradisional, meskipun jumlah mahasiswanya sedikit. Berbeda dengan di Indonesia, kuliah pascasarjana di Amerika dan di Australia, sering berlangsung dengan menggunakan pola sepatu-kuda, bukan hanya karena jumlah peserta kuliah relative sedikit, namun terutama karena jarak social antara dosen dan mahasiswanya tidak selebar di Indonesia. Tidak dapat disangkal, pengajaran di negara kita, dan SD hingga perguruan tinggi, sedikit banyak masih beraroma feodal. Pengajar dianggap orang yang serba tahu, “dewa” layaknya, sementara siswa atau mahasiswa adalah bagai kertas kosong atau ember yang harus diisi apa saja oleh guru atau dosen mereka. Karena itu, dalam pelajaran di kelas atau kuliah sering tidak ada tanya jawab. Kalau kesempatan itu ada, tidak banyak siswa atau mahasiswa yang berani bertanya, apalagi mengkritik pendapat guru atau dosennya. Di Amerika, atas pertanyaan seorang mahasiswa, seorang profesor tidak malu menjawab, “Saya tidak tahu jawabannya. Saya akan mempelajarinya. Minggu depan saya akan memberikan jawabannya.”

Penataan ruang ini, baik ruang tertutup atau ruang terbuka, boleh jadi berkaitan dengan kepribadian, kebiasaan atau dilandasi oleh kepercayaan atau ideologi tertentu. Pintu ruang kantor orang yang pribadinya terbuka boleh jadi lebih sering terbuka daripada pintu ruang kantor orang yang berpribadi tertutup. Orang Amerika Utara cenderung membiarkan pintu kantornya terbuka. Bila tertutup, itu berarti ada pertemuan pribadi atau peristiwa khusus yang mengubah kebiasaan itu. Sebaliknya, orang Jerman cenderung menutup pintu kantornya sepanjang waktu; orang yang membuka pintu dan masuk tanpa izin dianggap kurang ajar.

Suatu keluarga yang rumahnya dikelilingi pagar yang tinggi dengan pintu gerbang yang selalu tertutup, di suatu daerah yang kebanyakan warganya saling mengenal, hingga derajat tertentu menunjukkan keengganannya untuk bergaul dengan masyarakat sekitar. Persis seperti bangsa Cina masa lalu yang membangun Tembok Besar Cina (*the Great Wall*) yang menunjukkan sikap masa lalu mereka untuk menyendiri dan tidak ingin diganggu bangsa lain.

Sementara itu, dalam budaya tradisional Bali, air yang mengucur

dan atap rumah suatu keluarga tidak boleh jatuh di jalan, menimpa bangunan atau pekarangan orang lain. Hal itu dianggap aib bagi kedua belah pihak. Bila itu terjadi, pertengkaran akan timbul di antara warga masyarakat. Dalam budaya Bali, masuk di bawah jemuran adalah suatu hal yang sangat tabu, sehingga hal itu harus dihindari dan bila hal itu terjadi, biasanya dilakukan upacara pembersihan.

Dua negara yang sedang berperang sering mengadakan perundingan perdamaian di negara yang dianggap netral; bahkan meja perundingan pun dipilih dengan hati-hati lazimnya bundar untuk menunjukkan bahwa pihak-pihak yang berunding itu ada dalam posisi yang setara.

Penataan ruang atau gedung mempengaruhi cara berkomunikasi. Anggota-anggota keluarga yang tinggal pada lantai yang sama akan cenderung lebih akrab satu sama lain daripada jika mereka tinggal pada lantai berbeda. Status sosial atau tingkat kekuasaan seseorang tidak pelak mempengaruhi tipe rumah pribadi, ukuran ruang kerja dan jenis furniturnya, terutama di Negara-negara otoriter dan dalam masyarakat feodalistik/ paternalistic. Semakin besar ruang kantor seseorang, dan semakin tinggi kursinya, semakin tinggi pula statusnya. Bukan suatu kebetulan bila kita mengenal sebutan Jabatan Puncak, Jaksa Agung, Mahkamah Agung, Top Executive, dan Your Highness. Ruangan pemimpin puncak biasanya paling besar, dengan furniture paling mahal. Rumah pribadinya pun hampir bisa dipastikan paling luas dan mewah untuk menunjukkan tingkat pendapatan dan kepangkatannya. Begitu juga mobilnya, biasanya sedan besar mewah yang mesinnya bertenaga besar pula. Dalam kaitan ini, maka status atau pentingnya suatu jabatan atau unit dalam suatu lembaga pemerintah atau swasta, dapat di lihat pula berdasarkan luas kantornya dan letaknya. Kalau kantor humas suatu lembaga pemerintahan itu sempit dan terletak di pelosok yang pengap, bisa dipastikan bahwa peran humas itu sekadar "pelengkap penderita" dalam pemerintahan tersebut.

Pada jaman orde baru status Soeharto terlihat pada cara ia dan para menterinya duduk. Soeharto duduk di kursi dengan meja lebar yang juga menggambarkan kekuasaan sementara para menteri duduk berjejer di spasi depannya dengan khitmad, melaporkan perkembangan terakhir dan siap melaksanakan apapun "titah" sang presiden. Dalam komposisi seperti itu tanpa mengenal orang-orang yang duduk sekalipun, kita tahu siapa yang jadi bos. Kekuasaan

Soeharto yang tampak paling “agung” adalah ketika ia berdiri khidmad di teras Istana Merdeka pada setiap upacara peringatan kemerdekaan Indonesia, 17 Agustus, di hadapan puluhan ribu peserta upacara di halaman istana. Jauh sebelum itu, untuk menunjukkan kkuasaannya yang besar dan rasnya yang super ke seluruh dunia, Hitler merancang struktur yang massif. Tempat rapat umum Nurenberg itu luasnya 15 kali luas lapangan sepakbola Amerika. Tribun berbicaranya dilatarbelakangi 170 tiang batu yang berjajar, setinggi 60 kaki dan dilengkapi 1.200 lampu sorot. Pesan nonverbal struktur fisik yang melengakpi gemuruh hamper sejuta suara manusia itu memperteguh perasaan superioritas mereka.

Dalam acara-acara seremonial, orang-orang penting biasanya menempati kursi paling depan yang kualitasnya lebih baik daripada kursi-kursi dibelakangnya dalam jamuan formal yang diadakan suatu lembaga pemerintahan (lembaga kepresidenan, kedutaan asing dan sebagainya), penempatan orang pada kursi yang tepat lebih diperhatikan lagi: siapa punya status bagaimana dan duduk dimana. Kesalahan yang dilakukan dapat ditafsirkan sebagai pelanggaran etiket yang serius. Fenomena yang ekstrem dapat kita temukan dalam pengadilan. Hakim duduk di atas kursi yang tinggi sementara terdakwa duduk di tengah ruangan, mengesankan betapa rendah statusnya. Saat pengadilan Nurdin Halid mantan Direktur Puskud hasanudin Sulawesi Selatan yag juga anggota MPR/DPR yang dituduh mengkorupsi dana Simpanan Wajib Khusus Petani (SWKP) cengkeh di Sulawesi Selatan, protes masyarakat muncul ketika Nurdin duduk di samping pengacaranya, tidak di tengah ruangan sebagaimana lazimnya.

H. Konsep Waktu

Waktu menentukan hubungan antarmanusia. Pola hidup manusia dalam waktu dipengaruhi oleh budayanya. Waktu berhubungan erat dengan perasaan manusia. Kronemika (*chronemics*) adalah studi dan interpretasi atas waktu sebagai pesan. Bagaimana kita mempersepsi dan memperlakukan waktu secara simbolik menunjukkan sebagian dari jati diri kita. Siapa diri kita dan bagaimana kesadaran kita akan lingkungan kita. Bila kita selalu menepati waktu yang dijanjikan, maka komitmen pada waktu memberikan pesan tentang diri kita. Demikian pula sebaliknya, bila kita sering terlambat menghadiri pertemuan penting.

Edwar T. Hall membedakan konsep waktu secara dua: waktu monokronik (M) dan waktu polikronik (P). penganut waktu polikronik

memandang waktu sebagai sesuatu putaran yang kembali dan kembali lagi. Mereka cenderung memikirkan kegiatan-kegiatan yang terjadi dalam waktu itu sendiri, menekankan keterlibatan orang-orang dan penyelesaian transaksi ketimbang menepati jadwal waktu. Sebaliknya penganut waktu monokronik cenderung mempersepsi waktu sebagai berjalan lurus dari masa silam ke masa depan dan memperlakukannya sebagai entitas yang nyata dan bisa dipilah-pilah, dihabiskan, dibuang, dihemat, ipinjam, dibagi, hilang atau bahkan dibunuh, sehingga mereka menekankan penjadwalan dan kesegeraan waktu. Waktu P dianut kebanyakan budaya Timur, Eropa Selatan (Italia, Yunani, Spanyol, Portugal) dan Amerika Latin, sedangkan waktu M dianut kebanyakan budaya Barat (Eropa Utara, Amerika Utara, dan Australia).

Penganut waktu M cenderung lebih menghargai waktu, tepat waktu dan membagi-bagiserta menepati jadwal waktu secara ketat, menggunakan satu segmen waktu untuk mencapai suatu tujuan. Sebaliknya penganut waktu P cenderung lebih santai, dapat menjadwalkan waktu untuk mencapai beberapa tujuan sekaligus. Karena dipengaruhi konsep waktu M, warga New York berjalan cepat, bagai dikejar setan, kontras dengan warga Jakarta apalagi warga Yogyakarta yang berjalan santai, karena dipengaruhi waktu P. cara jalan mahasiswa di kampus-kampus Amerika berbeda dengan cara jalan mahasiswa di kampus-kampus Indonesia. Ketika mahasiswa Amerika berjumpa dengan kawannya, ia mengatakan “Hello” atau “Hi,” lalu ngobrol beberapa menit, dan bergagas lagi ke perpustakaan untuk belajar atau ke pondoknya untuk mengerjakan tugas. Bandingkan dengan mahasiswa Indonesia yang sering ngobrol panjang sambil berjemur di pelataran kampus. Mahasiswa Amerika menggunakan sepatu roda dan skateboard untuk mengejar waktu kuliah, agar memperoleh tempat duduk paling strategis; mahasiswa Indonesia menggunakan benda-benda itu untuk gaya-gayaan.

Di Amerika Latin, kita tidak perlu heran, kesal Atau kaget bila kita harus menunggu berjam-jam untuk bertemu dengan mitra bisnis yang baru. Menunggu 45 menit tidak luar biasa, ibaratnya sama saja dengan menunggu lima menit di Amerika. Padahal orang Amerika yang terlambat lima menit saja perlu menyatakan keterlambatannya dan bahkan meminta maaf bila keterlambatannya 10 hingga 15 menit. Orang Amerika yang harus menunggu setengah jam untuk menemui calon mitra bisnis akan merasa terhina atau disepelkan. Bila Anda terlambat datang lebih dari 10 menit ke pertemuan bisnis Amerika, Anda boleh jadi dianggap tidak dapat diandalkan.

Dikebanyakan Negara bagian AS bila seseorang diundang ke pesta ia diharapkan telat 10 hingga 40 menit, jika diundang makan malam ia diharapkan tepat waktu atau terlambat maksimal 15 menit. Tetapi dalam urusan bisnis orang diharapkan tepat waktu atau terlambat maksimal lima menit. Orang-orang Mormon di Utah lebih waktu. Keterlambatan dianggap penghinaan. Seorang Jenderal Amerika terkenal yang kariernya melesat mengakui bahwa salah satu rahasia keberhasilannya adalah selalu datang 15 menit lebih awal untuk menepati janji bertemu. Dalam budaya Amerika, ketepatan waktu megkomunikasikan penghormatan, sedangkan keterlambatan adalah penghinaan (“Saya kira Anda tidak penting; waktu Anda tidak berharga banyak”). Dalam beberapa budaya lain, datang tepat waktu justru merupakan penghinaan (“Anda orang yang tidak penting sehingga Anda mengatur kegiatan Anda begitu mudahnya; Anda sungguh tidak punya kegiatan lain untuk Anda lakukan”).

Orang Rumania dan orang Jepang juga tepat waktu. Namun orang Jerman dan orang Swiss lebih ketat lagi dalam menaati jadwal waktu. Ini hanya masalah perbedaan konsep waktu saja. Salah satu Negara di Eropa yang longgar waktu adalah Italia. Untuk menunjukkan hal itu, orang Italia mempunyai ungkapan “*Dolce far niente*” yang artinya “menyenangkan sekali tidak melakukan apa pun.” Maka apa yang dinamakan keterlambatan dan toleransi terhadap keterlambatan itu memang bervariasi dari budaya ke budaya. Dalam budaya kita sendiri khususnya, keterlambatan itu bervariasi dari satu situasi ke situasi yang lain. Kuliah mahasiswa, seminar dosen, dan rapat pimpinan fakultas bisa terlambat hingga satu jam. Orang berstatus lebih tinggi biasanya lebih ditoleransi untuk datang terlambat. Umumnya bawahan lebih dulu hadir daripada atasan.

Kebanyakan bangsa Timur memandang waktu sebagai suatu rentang durasi yang tidak terinterupsi, tanpa perubahan yang penting, jadi tidak terobsesi dengan jadwal waktu dan tidak memilah-milahnya secara ketat. Orang berorientasi waktu P tidak biasa menjadwalkan waktu untuk bertemu dengan setiap orang yang berbeda. Kalau perlu, orang-orang yang punya kepentingan berbeda diterima pada jam yang sama. Barangkali karena konsep waktu P itu jugalah kebanyakan orang Indonesia tidak memahami makna antre, yang merupakan salah satu perwujudan konsep waktu M. seperti kebanyakan orang Mediterania dan orang Amerika Selatan, kita orang Indonesia tidak antre ketika kita membeli prangko di kantor pos atau naik bus kota, dan kita dikenal sebagai orang yang suka nyeroobot ketika berada di negeri-negeri berbudaya antre seperti Inggris dan Jerman. Orang Asing dan orang Arab yang berwaktu P juga

senang tawar-menawar ketika mereka berbelanja di toko dan pasar terbuka, sebagai cara menggunakan waktu yang menyenangkan namun sekaligus menguntungkan dalam bisnis. Orang Amerika menganggap cara ini menjengkelkan dan membuang-buang waktu, juga menduga bahwa penjual mencoba menipu dengan memasang harga yang tidak terbuka.

Maka di Timur, pembicaraan melalui telepon tidaklah selazim di Barat, karena orang Timur tidak terdorong untuk menyelesaikan tugas secepat mungkin. Orang Cina misalnya tidak nyaman melakukan transaksi bisnis dengan telepon, berbeda dengan orang Amerika yang dapat melakukan hal itu tanpa pernah bertemu muka sekalipun. Penjual menawarkan barang; pembeli memesannya bila tertarik; pembeli mengirimkan cek dan penjual mengirimkan barangnya. Orang Indonesia tidak berbeda jauh dengan orang Cina. Kita menggunakan telepon untuk merencanakan tempat dan waktu pertemuan, namun bukan untuk menuntaskan masalah yang kita bicarakan. Apalgi di kalangan Pemerintahan, karena masih dipengaruhi budaya feodal, bawahan merasa tidak sopan untuk membicarakan sesuatu dengan atasan lewat telepon, padahal masalahnya dapat saja diselesaikan lewat sarana komunikasi tersebut. Sebaliknya, atasan pun merasa tidak dihormati kalau bawahannya tidak datang menghadap untuk membicarakan persoalan, meskipun persoalannya tidak begitu penting. Inti kehidupan Timur adalah kesatuan dengan anima mundi, spirit alam semesta ranah makhluk yang abadi. Perubahan-perubahan selalu membawa ke permulaan.

Berdasarkan konsep waktu yang berbeda itulah, sopir bus umum di Negara kita tidak menjadwalkan waktu berangkat mereka, berbeda dengan bus umum di Australia misalnya, bus umum di Negara kita baru berangkat kalau kendaraan sudah penuh sesak. Kalau pun supir bus bergegas dan ngebut, itu bukan mereka ingin menepati jadwal waktu, melainkan karena mereka dikejar setoran. Di Bandung, supir angkot masih mau menunggu orang yang masih jalan kaki. Di belakang, bahkan sering memundurkan kendaraan untuk menjemput penumpang. Kontras dengan itu di Melbourne, Australia, bus berangkat bila jadwalnya sudah tiba, meskipun dengan satu, dua orang penumpang atau bahkan tanpa penumpang sekalipun.

Seperti orang Amerika Latin, orang Yunani tidak menjadwalkan waktu khusus untuk bertemu dengan seseorang seraya meniadakan perjanjian dengan orang lainnya. Karena itu, jadwal perundingan pun bisa mundur tanpa kita ketahui secara pasti kapan akan berakhir. Orang Yunani, menganggap negosiasi bisnis tidak terpisah dari interaksi social. Mereka

akan berbicara dengan Anda mengenai masalah pribadi dan hal lain yang tidak berkaitan dengan bisnis sebelum perundingan dimulai. Bila di Amerika atau Kanada, para eksekutif top hanya perlu menyepakati pokok-pokok perundingan, dan menyerahkan rincian-rinciannya kepada bawahan mereka, di Yunani berlaku sebaliknya. seorang eksekutif Yunani menganggap bahwa orang yang mengabaikan rincian sebagai tidak dapat dipercaya. Akhir perundingan pun bisa mundur tanpa diketahui secara pasti kapan akan berakhir. Konsep waktu P serupa juga berlaku di Portugal. Orang Swedia berorientasi waktu M yang ditinggalkan untuk sementara waktu oleh mitra main tenisnya, orang Portugis yang berorientasi waktu P, untuk menuntaskan pembicaraan bisnis dengan seorang portugis lainnya yang datang ke lapangan, tentu akan merasa disepelkan dan tersinggung, sekalipun orang Portugis tidak bermaksud menyepelkannya.

Konsep waktu Indonesia, seperti kebanyakan konsep waktu budaya Timur, jelas termasuk konsep waktu polikronik, seperti tercermin dalam istilah “Jam Karet.” Bila kita diundang menghadiri jamuan, seperti pesta ulang tahun atau sukuran lulus sarjana dirumah seseorang, datang tepat waktu malah dianggap kurang sopan. Boleh jadi orang yang berulang tahun masih mengenakan daster, sementara rambutnya masih kusut. Kedatangan kita akan membuatnya malu dan boleh jadi ia menyangka kita kebetul untuk mengkonsumsi makanan.

Kebiasaan jam karet orang Indonesia tampaknya terus dipraktekkan di luar negeri selama mereka bergaul dengan sesama orang Indonesia, termasuk mereka yang sudah puluhan tahun tinggal di Australia. Orang Australia yang sering berhubungan dengan orang Indonesia di Melbourne menyebutnya *elastic time*. Maka, meskipun orang-orang Indonesia di Melbourne punya komitmen akan pentingnya waktu akan sejauh berurusan dengan orang kulit putih dalam pekerjaan, mereka tetap mempraktikkan jam karet ketika berada di lingkungan komunitas mereka sendiri. Meskipun mereka biasa tepat waktu datang di kantor atau bertemu dengan orang bule, mereka tetap saja datang terlambat ketika berurusan dengan orang Indonesia. Tak penting bagi mereka untuk memulai dan mengakhiri suatu acara tepat-waktu seperti tertulis dalam jadwal yang ditentukan. Suatu kegiatan bisa berlangsung berjam-jam, karena orang-orang masih ingin bersama-sama, ngobrol ngalor ngindul, meskipun acara telah selesai. Sikap itu agaknya merupakan solidaritas tak tertulis. Atau seperti Ade Faisal, aktivis Himpunan Pengajian Islam At-Taqwa (HPIA) Melbourne, “merupakan toleransi terhadap orang-orang Indonesia lain yang punya sikap serupa,” Dan, “Mentalalitis ini sulit dihilangkan,”

kata Tata Kristanta, seorang tokoh Persatuan Warga Indonesia di Victoria (PERWIRA).

Dari penelitian lapangan yang saya lakukan terungkap hampir semua kegiatan warga Indonesia di Melbourne molor-waktu. Misalnya perayaan Natal oleh warga Indonesia beragama Kristen di gereja Malvern terlambat 42 menit; perayaan lebaran oleh PERWIRA, 32 menit; sementara oleh Iktan Warga Indonesia di Victoria (IKAWIRIA), 54 menit; pertemuan Dharma Wanita, 36 menit. Sering juga kegiatan terlambat satu hingga dua jam, seperti pertemuan bulanan Paguyuban Jawa dan dan pengajian dwi-mingguan HPIA. Kadang-kadang upacara yang dilakukan Konsulat Indonesia di Melbourne pun terlambat, kecuali upacara peringatan kemerdekaan yang biasanya tepat waktu. Selain ada nilai waktu histories (proklamasi oleh Soekarno sekitar 10.00 WIB di pegangsaan Timur, Jakarta) yang dipentingkan, ini agaknya di maksudkan untuk memberi kesan baik kepada tamu asing. Maka, meskipun perlakuan terhadap waktu di antara orang-orang Indonesia sendiri lebih luwes, praktik tersebut dicoba dihindari ketika ada outsiders yang hadir. Menggunakan pendekatan Erving Goffman, perlakuan waktu pertama disebut “panggung belakang” (*backstage*) suatu kelompok (etnik) yang tidak relevan bagi kelompok luar, sedangkan perlakuan waktu kedua disebut “panggung depan (*frontstage*)-nya.

Kesimpulannya, orang-orang Indonesia hidup di dua dunia waktu. Mereka menerapkan norma (waktu) yang berbeda ketika berurusan dengan orang Australia. Sebagai ilustrasi: pernah HPIA mengadakan rapat untuk mendiskusikan proposal untuk mendirikan sebuah pusat Islam bagi kaum Muslim Indonesia di Melbourne. Pertemuan hampir dua jam terlambat, karena sebagian orang telat datang. Pribumi mengeluh, menyesal keterlambatan itu, karena tamu terpenting (seorang doktor ekonomi Australia yang beristrikan wanita Indonesia) harus menunggu begitu lama. Untungnya sang doktor sudah memaklumi kebiasaan Melayu itu. Ke-Indonesia-an di Melbourne sedemikian erat kaitanya dengan keterlambatan waktu. Realitas waktu polikronik orang Indonesia kehilangan koherensinya ketika tiba-tiba mereka berhadapan dengan orang Australia yang berkesadaran waktu monokronik.

Setiap budaya mempunyai kesadaran berlainan mengenai pentingnya waktu: millennium, abad, dekade, tahun, bulanan, minggu, hari, jam, menit, dan detik. Petani di desa tampaknya tidak terlalu mepedulikan pergantian waktu, termasuk pergantian millennium sekalipun. Mereka mungkin lebih memperhatikan pergantian musim yang mempengaruhi

cara mereka bercocok tanam. Dalai Lama mengatakan, Bagi saya, (waktu) tidak ada artinya. Milenium Baru, Abad Baru, Tahun Baru. Untuk saya hari tetap berganti hari, malam berganti malam, matahari, bulan, bintang, tetap sama.

Budaya Barat tampaknya lebih terobsesi dengan waktu dan pergatiannya. Banyak pasangan merencanakan bercinta sedemikian rupa, agar bayi mereka kelak lahir sebagai bayi millennium, yakni tanggal 1 tahun 2000 (Meskipun pendapat lain mengatakan bahwa millennium baru itu baru dimulai 1 Januari tahun 2001). Angka 2000 itu terkesan simbolik. Selain banyak pasangan hidup yang mendambakan punya anak yang lahir 1 Januari 2000, banyak orang dewasa di dunia yang menjadi pemburu matahari millennium. Padahal, seperti dikatakan Fuad Hassan, mantan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan. "Tidak ada yang luar biasa dalam peralihan millennium. Hanya saja, manusia memang suka pada pertanda dan perlambang." Waktu adalah misteri, atau mungkin sekedar "ilusi" atau "mitos," dalam arti bahwa waktu tidak mengandung makna apa pun, di luar makna yang diberikan oleh manusia. Nilai sejati waktu hanyalah bahwa waktu itu harus diisi dengan perbuatan mulia oleh orang yang masih hidup.

Goenawan Mohamad dengan liris melukiskan kenisbian waktu tersebut. Waktu yang menjadi seperi sebatang buluh tentu bukan waktu yang "sebenarnya." Bila saya naik kapal terbang dari Palembang ke biak pada pukul 24:00 tanggal 31 Desember 1999, dengan segera saya akan masuk ke pukul 01:00, dan itu berarti berbeda, bahkan di milenium yang lain. Sementara di pelbagai titik di muka bumi orang sedang ramai berpesta atau upacara khusus menyambut datangnya tahun 2000, saya dan pesawat yang saya naiki tak akan pernah merasa memasuki gerbang sebuah zaman baru apa pun. Bahkan seandainya saya tidak punya arloji, dan tak ada pengumuman dari kapten pilot, saya tak akan terperanjat. Mungkin saya tidur dan ketika bangun di sebuah jarak baru, disebuah millennium baru saya akan masih memiliki kuping hidung seperti dalam millennium yang lalu, duduk di nomor kursi yang saya duduki di abad yang lewat. Di luar, langit tetap setengah putih, satu, seperti dulu.

Akan tetapi, tidak terlalu mengejutkan bahwa sebagai animal symbolicum –meminjam istilah Ernst Cassirer yang filosof Jerman– banyak orang mempersepsi tahun 2000 ini sebagai tahun ajaib. Angka ini mampu menyihir dunia hingga penghuninya larut dalam berbagai jenis perayaan spektakuler yang gila-gilaan, mulai dari penduduk Kiribati yang terpencil di samudra pasifik hingga warga kota metropolitan New York.

Hampir semua bangsa di dunia merayakan pergantian waktu tersebut. Mereka “mabuk” tidak dapat mengendalikan diri. Mereka berteriak-teriak, menyanyi, menari, berpesta pora menyambut dengan “berdoa,” seperti warga Peru yang mengadakan ritual penyucian dan persembahan untuk bulan di Sacsayhuaman, kuil batu peninggalan peradaban Inca di Cuco yang di bangun pada abad ke -16. Warga Inggris mulai menjuluki London sebagai Millennium City. Mereka berpesta beberapa hari, terbesar sejak pesta kemenangan Sekutu pada PD II Suku Maori di Selandia Baru menyongsong kedatangan mentari tahun 2000 dengan tari Haka. Para penyambut tahun baru di Rumania larut dalam pesta bernama Blood Red –dengan tiket 3995 dollar Amerika—di ruangan utama Bran Castle, warisan abad pertengahan. Kastil ini adalah bekas kediaman Vlad the Impaler, pangeran abad ke- 15 yang mengilhami cerita Dracula karya Bram Stokers. Suatu bangsa sangat bangga bila ia menjadi Negara pertama yang menikmati matahari milenium ini, hingga Kiribati mengubah pola penanggalan agar memungkinkannya mengklaim sebagai bangsa pertama yang melihat mentari di melinium baru.

I. Diam

Ruang dan waktu adalah bagian dari lingkungan kita yang juga dapat diberi makna. John Cage mengatakan, tidak ada sesuatu yang disebut ruang kosong atau waktu kosong. Selalu ada sesuatu untuk di lihat, sesuatu untuk di dengar. Sebenarnya, bagaimanapun kita berusaha untuk diam, kita tidak dapat melakukannya. Amatullah (Jyly) Armstrong, seorang sufi wanita Australia, mengatakan bahwa musik terindah baginya adalah keheningan malam saat ia berdoa kepada Allah. Penyanyi dan penulis lagu Paul Simon mungkin paling diingat karena lagunya “The Sound of Silence.” (“Suara Diam”). Bagi sebageaian oarng, judul lagu yang dinyanyikan Simon dan Garfunkel ini tampaknya mengandung kata-kata yang bertentangan, namun lagu itu menunjukkan kekuatan diam ketika kita berkomunikasi. Maka tidaklah mengejutkan, dalam beberapa kasus perkosaan yang digelar dalam pengadilan di Indonesia, tuduhan jaksa bahwa si terdakwa telah memperkosa dapat dimentahkan oleh argumen terdakwa atau pembelanya bahwa wanita yang menjadi korban berodiam diri, tidak mengaduh, menjerit atau berteriak. Mereka berkilah bahwa wanita korban pun “menikmati” tindakan terdakwa. Bagaimana kita menafsirkan perilaku diam wanita yang menjadi korban dalam kasus itu. Tidak mudah, bukan? Akan tetapi, boleh jadi, wanita tersebut tidak melakukan perlawanan, tidak mengaduh, menjerit, atau berteriak, karena

ia khawatir akan dianiaya atau bahkan dibunuh oleh pemerkosannya.

Penulis filosof Amerika Henry David Thoreau pernah menulis, “Dalam hubungan manusia tragedy mulai bukan ketika ada kesalahpahaman mengenai kata-kata, namun ketika diam tidak dipahami.” Sayangnya, makna yang diberikan terhadap diam terikat oleh budaya dan factor-faktor situasional. Faktor-faktor yang mempengaruhi diam antara lain adalah durasi diam, hubungan antara orang-orang yang bersangkutan, dan situasi atau kelayakan waktu. Bila seorang dosen bertanya kepada mahasiswa dalam kuliah, dan mahasiswa itu dapat mempengaruhi situasi kuliah. Mahasiswa dapat dianggap berpikir lambat, mempermainkan dosen, atau abnormal. Akan tetapi, bila sepasang suami-istri lama berdiam di tempat tidur—mungkin seraya menatap langit-langit—sebelum mereka tidur, diam suami atau istri dapat bermakna positif, misalnya, “Saya menyayangimu dan saya tahu kamu pun menyayangi saya,” “Aku begitu bahagia hidup bersamamu,” atau “Terimah kasih atas kesetiaan dan pengorbanan selama ini.” Diam ketika kita sedang bersedih karena seseorang yang kita cintai meninggal, dianggap lebih layak daripada diam ketika kita sedang menghadiri acara gembira. Istri Nabi Muhammad, Aisyah (semoga Allah ridha padanya) meriwayatkan: “Saya berkata, ‘Wahai Rasulullah, seorang wanita (perawan) merasa malu.’ Ia berkata, ‘Izinnya adalah diamnya.’” Jadi menurut Nabi, jika seorang wanita berdiam diri ketika dilamar seorang pria, itu berarti wanita itu bersedia disunting sang pria. Perilaku wanita demikian sebenarnya lazim juga di Negara kita, terutama dalam budaya Jawa dan budaya Sunda. Hamper tidak pernah seorang wanita Indonesia menjawab langsung lamaran pria dengan mengatakan, “ya, mau!” kecuali dalam iklan media elektronik.

Pandangan Timur tentang diam berbeda dengan pandangan Barat. Pada umumnya orang Timur tidak merasa tidak enak dengan tiadanya suara atau pembicaraan, dan tidak merasa terpaksa untuk mengisi setiap jeda ketika mereka bersama orang lain. Bahkan, banyak orang yang berbagi konsep diam percaya bahwa kata-kata dapat mecemari pengalaman, dan bahwa kebijakan dapat muncul melalui diam. Agama Budha misalnya mengajarkan bahwa “yang nyata itu ada.” Perkawinan agama Budha pada dasarnya diadakan dalam diam. Cermati pula ajaran Kong Hu Chu: “Jangan mempercayai dongeng orang lain. Orang lain akan menyesatkan kamu.” Banyak pribahasa Jepang menekankan pentingnya diam, seperti “Dari mulut keluarlah semua kejahatan” dan “Sekuntum bunga tidak berbicara.” Bagi orang Indian Amerika, diam adalah tanda orang besar. Orang memperoleh karakter, kebijakan kendali-diri, keberanian, kesabaran

dan martabat dari diam. Di Negara kita, ekspresi diam yang paling spektakuler ditunjukkan oleh Upacara Nyepi yang dilakukan oleh orang Hindu di Bali. Ritus ini dimaknai sebagai usaha untuk membersihkan seluruh alam beserta isinya dan meningkatkan hubungan dan keselarasan antara manusia dengan Tuhan, manusia, manusia dengan manusia, dan manusia dengan lingkungannya. Lewat Nyepi, yang ditandai dengan ketiadaan aktivitas keduniaan, orang-orang Hindu melakukan refleksi atas perbuatan mereka pada masa lalu dan beniat memperbaikinya pada waktu yang akan datang.

Dalam beberapa budaya, diam itu kurang disukai daripada berbicara. Dalam banyak situasi sosial kita menghargai pembicaraan, seberapa kosong pun pembicaraan itu. Tujuannya adalah untuk melepaskan ketegangan dan mengatasi keterasingan. Bagi orang Barat, diam itu tidak enak. Mereka percaya bahwa mereka dapat menguraikan segala sesuatu, baik benda ataupun perasaan. Di Negara-negara Arab dan Yunani yang mementingkan interaksi social, diam dianggap tidak menyenangkan diantara sesama anggota keluarga dan teman-teman. Kegemaran berbicara itu lebih penting lagi bagi orang Italia yang menganggap percakapan dengan kawan-kawan sebagai aktivitas yang menyenangkan. Bagi mereka kebahagiaan mereka yang terbesar mudah diperoleh, yakni ngobrol dengan kawan-kawan. Mereka percaya bahwa kebersamaan, ngobrol, dan kegaduhan adalah tanda kehidupan yang baik.

Akan tetapi, dalam beberapa budaya lain, diam itu justru menyenangkan. Dalam budaya Jepang dan Finlandia, diam (jeda) saat berbicara yang mengantar suatu kalimat dengan kalimat berikutnya atau topic dengan topic berikutnya adalah hal yang wajar, meskipun bagi orang barat dan sebagian orang Timur, hal itu terasa menggelisahkan dan sulit dipahami. Rata-rata orang Jepang perlu “merasakan” mitra bicaranya dan membiarkan diam yang relatif lama. Orang Barat menafsirkan perilaku tersebut sebagai ketidakpahaman, sehingga mereka mempersingkat jeda ini dengan menerangkan pendapat mereka sekali lagi atau dengan membicarakan masalah lain. Usaha untuk mendorong “berkicau” kerap menimbulkan frustrasi dan penolakan diam-diam. Orang Jepang menganggap orang Barat sebagai “penjahat” yang harus dididik untuk menutup mulut. Di Jepang diam berarti penghormatan, pertanda bahwa pertanyaan yang diajukan cukup penting dan karenanya memerlukan pemikiran. Dengan kata lain, menjawab suatu pertanyaan tanpa ragu adalah suatu penghinaan karena itu berarti pertanyaan tersebut begitu sederhana sehingga hal itu tidak memerlukan pemikiran.

Akan halnya bangsa Finlandia, perilaku mereka kerap disebut perilaku musim dingin: mereka tergesa-gesa tanpa berkata apa-apa di jalanan dengan suhu minus 20 derajat Celcius. Orang Finlandia itu introvert, walupun mereka punya hasrat berkomunikasi. Mereka hangat, hanya saja mereka senang menyendiri. Mereka menyukai ketenangan, meskipun mereka minum berlebihan. Mereka tidak suka menyatakan pendapat mereka dalam arena antarbangsa, walaupun mereka independen. Mereka jarang membicarakan hal-hal positif mengenai negeri mereka, walaupun mereka mencintainya. Orang Finlandia pelit berbicara, sering menunda jawaban korespondensi dan menjauhi perselisihan dengan orang lain karena mereka segan atau mereka kurang terampil bicara dan bertindak. Mereka biasanya tidak mengungkapkan umpan balik atas pandangan orang lain dengan segera, karena mereka memikirkan terlebih dulu pandangan tersebut.

J. Warna

Kita sering menggunakan warna untuk menunjukkan suasana emosional, cita rasa, afiliasi politik, dan bahkan mungkin keyakinan agama kita, seperti ditunjukkan kalimat atau frase berikut: wajahnya merah, koran kuning, feeling blue, matanya hijau kalau melihat duit, kabinet ijo royo-royo, dan sebagainya. Suatu teks iklan telepon seluler Motorola V-Series menyatakan:

Persepsi tentang dire Anda diwarnai oleh apa yang Anda pakai

”Hobi jogging? Radar Blue untuk Anda. Kalau merasa Anda orangnya cool, ada Light Titanium. Dan untuk yang individualis dan kalem, Galaxi Gray pas untuk Anda. Katakan pada dunia siapa Anda...”

Di Indonesia, warna merah muda adalah warna feminin (konon juga warna romantis yang disukai orang jatuh cinta), sedangkan warna biru adalah warna maskulin. Tidak sedikit wanita yang baru melahirkan membelikan barang-barang berwarna merah muda untuk anak perempuannya dan benda-benda berwarna biru untuk anak lelakinya. Warna hijau sering diasosiasikan dengan Islam dan Muslim, bukan hanya karena warna ini menyejukkan mata, namun juga warna ini dipercayai sebagai warna surga, seperti disebutkan Qur’an surat Ar-Rahman ayat 64: “Kedua surga itu hijau tua warnanya.” Mungkin pula itu sebabnya mengapa Dua warna bertolak belakang yang paling banyak dikupas

dalam berbagai wacana, dan wacana keagamaan hingga fiksi, adalah putih dan hitam. Warna putih sering bermakna positif, seperti suci, murni, atau bersih. Warna putih dalam bendera Indonesia digambarkan sebagai mewakili kesucian (sementara warna merahnya melambangkan keberanian). Sedangkan warna hitam sering berkonotasi negatif seperti jahat, licik, buruk, atau kotor. Disebutkan, pakaian yang paling disukai Nabi Muhammad adalah putih. Bukanlah kebetulan jika banyak orang Islam mengenakan pakaian putih (pria mengenakan baju koko dan wanita mengenakan mukena) ketika mereka sedang melakukan salat dan terutama ketika mereka mengenakan pakaian ihram saat menunaikan ibadah haji di Tanah Suci. Itu pula sebabnya kain kafan berwarna putih digunakan untuk membungkus orang Islam yang meninggal. Setidaknya warna ini akan diasosiasikan dengan “kesucian” hati si pemakainya, saat ia dipanggil Allah Yang Maha Kuasa. Salah satu cara kaum Muslim untuk memperoleh “hati yang putih” ini adalah dengan membaca salah satu doa iftitah dalam shalat: “Ya, Allah, Tuhanku. jauhkanlah. daku dengan closadosaku sebagaimana engkau jauhkan antara Timur dan Barat. Ya, Tuhanku, bersihkanlah daku dan dosa-dosaku bagaikan dibersihkannya pakaian dan kotoran. Ya, Allah, Tuhanku, cucilah daku dan dosa-dosaku dengan sajiu dan es.” Saiju, seperti yang disinggung dalam doa iftitah itu, yang turun dari langit, memang begitu murni. Warnanya begitu putih, terputih dan fenomena alam mana pun yang putih di alam ini.’95

Menarik bahwa di Arab Saudi kebanyakan pria Arab mengenakan pakaian (gamis) berwarna putih. Boleh jadi karena warna ini dipersepsi sebagai warna yang bersih dan suci, selain untuk menetralkan cuaca panas. Bahkan mobil yang disukai pun di Arab Saudi adalah berwarna putih. Salah satu alasannya supaya warna mobil tersebut tidak cepat luntur oleh cuaca. Di Indonesia mobil berwarna putih justru kurang disukai sehingga harganya pun relatif lebih murah dibandingkan dengan mobil berwarna lainnya, terutama yang berwarna silver dan hitam.

Dalam Alkitab, baik Perjanjian Lama ataupun Perjanjian Baru, warna putih (cahaya) dan warna hitam sering dipertentangkan sebagai kebajikan lawan kejahatan, kebenaran lawan kebodohan, kejayaan lawan dosa. Misalnya: “Ia, telah menghalangi jalanku yang tak dapat kulewati, dan ia telah menciptakan kegelapan di jalanku” atau “Ketika aku mencari kebaikan, lalu kejahatan datang kepadaku; dan ketika aku menunggu cahaya, datanglah kegelapan” Bidadari, makhluk yang digambarkan suci, mulia, dan sering menolong orang, seperti pernah disinetronkan di Indonesia, sering digambarkan berpakaian putih. Tokoh dalam film *The Wizard of Oz*,

Glinda si penyihir baik dilukiskan berbusana putih sedangkan penyihir jahatnya berpakaian hitam. Dalam film Star Wars tokoh jahatnya adalah Darth Vader yang selalu mengenakan jubah dan tudung kepala berwarna hitam.

Oleh karena bersifat simbolik, warna bisa menimbulkan pertikaian. Kita masih ingat, bagaimana Golkar melakukan kuningisasi di wilayah publik selama kampanye pemilu 1997. Di Solo khususnya, Golkar dan PPP melakukan perang warna. Golkar menguningka pagar-pegar di sekitar Masjid Agung, batas tanaman, pohon-pohon, serta pagar keliling ningin kurung. PPP lalu memutihkannya karena kawasan itu adalah milik umum, bukan milik Golkar. Lalu kedua partai politik itu pun ribut, nyaris menyelesaikan persoalan itu di pengadilan. Dalam kampanye pemilu tahun 1999, partai yang paling getol melakukan pewarnaan wilayah publik adalah PDI-Perjuangan Warna merah merajalela di mana-mana menandai gardu, gapura, spanduk, bendera, baju seragam, topi, dan sebagainya.

Apakah Anda punya warna favorit? Warna-warna apakah yang tidak pernah Anda gunakan untuk baju? Apakah iklim, cuaca, dan waktu (siang atau malam) mempengaruhi Anda untuk memilih warna baju? Apakah Anda juga mempertimbangkan warna pakaian Anda ketika Anda menghadiri acara tertentu, misalnya kuliah, pertemuan keluarga pesta, atau pemakaman? Apakah pilihan warna Anda berlaku untuk warna dinding rumah? Tidak mudah untuk meneliti apakah warna mempengaruhi suasana hati (mood), apalagi rnemastikan hubungan antara warna dengan respons tubuh kita, atau mungkinkah hubungan itu sekadar stereotip yang dipelajari? Berikut adalah uraian suasana hati yang diasosiasikan dengan warna.

1. Warna

- Merah
- Biru
- Oranye
- Biru
- Merah, coklat, biru, ungu, hitam
- Hitam, coklat
- Biru, Hijau
- Ungu
- Kuning
- Merah, oranye, hitam
- Hitam

2. Suasana Hati

- Menggairahan merangsang
- Aman, nyaman
- Tertekan, terganggu, bingung
- Lembut rnenenangkan

- Melindungi, mempertahankan
- Sangat sedih patah hati, tidak
- Bahagia, murung
- Kalem, damai, tenteram
- Berwibawa, agung
- Menyenangkan, riang, gembira
- Menantang, melawan, memusuhi
- Berkuasa, kuat, bagus sekali

Tampaknya daftar warna di atas dan suasana hati yang diasosiasikannya (versi Amerika) tidak berlaku universal, meskipun mirip dengan versi yang berlaku dalam budaya lain. Di Cina merah digunakan dalam acara gembira dan perayaan, sedangkan di Jepang menandakan kemarahan dan bahaya. Masih di Jepang warna putih menandakan kesedihan dan warna hitam menandakan kebahagiaan. Biru untuk orang Indian Cherokee menandakan kekalahan, sedangkan bagi orang Mesir menandakan kebajikan dan kebenaran. Dalam teater Jepang, biru adalah warna peran penjahat. Warna kuning menandakan kebahagiaan dan kemakmuran di Mesir, namun di Prancis abad ke-10 menandakan pintu penjahat. Hijau mengkomunikasikan femininitas kepada sebagian orang Indian Amerika, kesuburan dan kekuatan kepada orang Mesir, dan kemudaan dan energi kepada orang Jepang. Ungu menandakan kebajikan dan kesetiaan di Mesir, keanggunan dan kemuliaan di Jepang.

Dalam tiap budaya terdapat konvensi tidak tertulis mengenai warna pakaian yang layak dipakai ataupun tidak. Kaum wanita umumnya lebih bebas memilih warna pakaian. Mereka lebih lazim mengenakan pakaian berwarna menyala, seperti merah atau ungu, daripada pria. Norma ini tampaknya berlaku juga dalam banyak budaya, termasuk di Barat. Bila Anda sebagai pria memakai kemeja berwarna merah menyala atau ungu, hampir bisa dipastikan banyak orang akan melirik Anda, dan mungkin menganggap Anda orang yang aneh (feminin). Namun di Malaysia, pada hari raya kaum lelaki justru senang memakai baju tradisional Melayu yang berwarna menyala dan mengkilat, seperti juga pakaian tradisional sebagian suku asal Afrika yang warna-warni. Pebisnis Jepang yang dikenal sebagai sarariman (terjemahan dari salary man), yakni pegawai kerah-putih dan suatu perusahaan besar, biasanya mengenakan kemeja putih, jas dan dasi berwarna gelap dengan sepatu yang hitam mengkilat. Orang Brasil ternyata lebih menyukai sepatu warna coklat daripada sepatu warna hitam. Dalam banyak budaya, khususnya di Barat, warna hitam menandakan duka cita, sehingga orang hanya mengena

pakaian hitam ketika mereka melayat kematian atau menghadiri acara pemakaman.

Waktu saya mengena baju hitam pada sebuah acara barbeque di Perth, Australia anak salah seorang yang hadir siang itu, Nathan (9 tahun) Spontan melontarkan pertanyaan kepada saya, “Apakah kamu baru pulang dan pemakaman?” Ia menjelaskan bahwa di sana orang-orang hanya mengenakan baju berwarna hitam jika mereka menghadiri pemakaman.

Namun di kalangan Tionghoa di Indonesia, orang yang berkabung justru mengenakan pakaian putih. Orang-orang Yang orangtua atau kakek neneknya meninggal dunia biasanya mengenakan kain blacu, sedangkan orang-orang yang mempunyai hubungan yang lebih jauh dengan si mati mengena kain kaci. Hal itu mereka lakukan sebagai tanda prihatin atas peristiwa yang terjadi. Namun belakangan sebagian orang tidak mememasahkan jenis kain yang dikenakan asal tetap berwarna putih.

Seperti juga model pakajan warna yang disukai juga berubah ubah, bergantung pada fashion, Warna perak misalnya kini menjadi warna paling dominan sebagai lambang milenium Lebih banyak mobil berwarna perak di jalan-jalan juga warna luar televisi yang dijual di took-toko Akan tetapi, beberapa warna tampaknya tetap disukai, seperti biru laut (navy blue), abu-abu sedang hitam dan beberapa ragam coklat. Beberapa warna dianjurkan untuk tidak digunakan seperti banyak warna pastel, warna-warna yang menyala hijau, ungu, dan oranye. warnaa abuabu tampaknya tetap disukai sebagai warna perlengkapan kantor termasuk meja dan perangkat komputer. Hingga derajat tertentu, tampknya ada hubungan antara warna yang digunakan dengan kondisi fisiologis dan psikologis manusia, meskipun kita memerlukan lebih banyak penelitian untuk membuktikan dugaan ini. Misalnya, bukti ilmiah menunjukkan bahwa gerakan pernapasan akan meningkat oleh cahaya merah dan menurun oleh cahaya biru. Serupa dengan itu, frekuensi kedipan mata bertambah ketika mata dihadapkan pada cahaya merah dan berkurang ketika dihadapkan pada cahaya biru. ini tampaknya konsisten dengan perasaan naruliah kita tentang warna biru yang lebih menyejukkan dan warna merah yang lebih aktif. Bagaimana pun, tampaknya kita tidak dapat beristirahat tenang di ruangan yang dinding-dindingnya berwarna merah menyala.

Usia agaknya mempengaruhi pilihan warna. Suatu acara TV swasta di negeri kita pernah menyiarkan bahwa pasangan dewasa dan berusia

lanjut lebih menyenangkan dinding rumah berwarna kalem, sedangkan pasangan muda lebih menyenangkan dinding rumah berwarna cerah. Saya pernah mendengar cerita bahwa warna menyala (merah atau orange) yang mendominasi restoran cepat saji di Amerika Serikat (yang belakangan juga di banyak negara lain) mempercepat rasa lapar atau meningkatkan selera makan pengunjung. Artinya, penataan warna seperti itu membuat makanan cepat laku. Saya juga ingat, dua klub sepak bola papan-atas di Inggris yang seragam kesebelasannya sama-sama merah harus diundi untuk menentukan tim mana yang berhak mengenakan kostum merah dalam suatu pertandingan final sekitar pertengahan dekade 1990-an. Tim yang dijagokan menang ternyata kalah, setelah mereka pun kalah dalam undian penentuan kostum tim itu. Seorang analis sepak bola mengemukakan bahwa warna kostum mereka yang adem membuat semangat mereka lembek, sehingga mereka pun kalah.

Warna hijau, kuning, dan merah adalah warna yang maknanya universal sebagai pengatur lalu lintas. Di mana pun, hijau berarti “silakan jalan,” kuning “siap-siap atau hati-hati,” dan merah “berhenti.” Namun jangan lupa, sebagai dasar pelat mobil, makna warna tidak lagi universal. Di Arab Saudi, pelat putih digunakan untuk mobil pribadi, plat kuning untuk taksi, pelat merah untuk kendaraan umum yang besar, dan pelat biru untuk mobil angkutan barang. Di Oman lain lagi.

Pada hari pertama kunjungan beliau di Muscat, ibukota Kesultanan Oman, beliau sering keliru menghentikan taksi lantaran masih terbawa kebiasaan di tanah air. Beliau melambaikan tangan kalau ada mobil sedan berpelat kuning. Eh, nggak tahunya, Yang beliau hentikan kendaraan pribadi. Pengemudinya memang kadang-kadang mau berhenti asal mereka tidak sedang terburu-buru atau sopirnya bukan wanita. Biasanya, mereka & lalu bertanya kalau-kalau saya butuh bantuan. Bahkan tidak jarang beliau ditawari ikut menumpang.

Dan penjelasan salah seorang pengemudi, s beliau baru tahu kalau sistem pewarnaan dasar pelat nomor kendaraan ternyata berbeda dengan di tanah air. Di negeri berpenduduk sekitar dua juta jiwa ini, pelat kendaraan milik pemerintah diberj warna dasar hitam, sedangkan di Indonesia, merah. Untuk kendaraan umum seperti taksi dan bus diberi warna merah, padahal di tempat kita kuning. Sebaliknya, warna kuning justru dipakai untuk kendaraan pribadi, yang di Indonesia warnanya hitam.

K. Artefak

Artefak adalah benda apa saja yang dihasilkan kecerdasan manusia. Aspek ini merupakan perluasan lebih jauh dan pakaian dan penampilan yang telah kita bahas sebelumnya. Benda-benda yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia dan dalam interaksi manusia, sering mengandung makna-makna tertentu. Bidang studi mengenai hal ini disebut objektika (*objectics*). Rumah, kendaraan, perabot rumah dan modelnya (furnitur, barang elektronik, lampu kristal), patung, lukisan, kaligrafi, foto saat bersalaman dengan presiden, buku yang kita pajang di ruang tamu, koran dan majalah yang kita baca, botol minuman keras, bendera, dan bendabenda lain dalam lingkungan kita adalah pesan-pesan bersifat nonverbal, sejauh dapat diberi makna.

Tidak semua orang dapat membeli microwave, TV layar datar raksasa, sepeda balap berharga puluhan juta rupiah, apalagi sepeda motor Harley Davidson yang model terbarunya berharga ratusan juta rupiah (bagi sebagian orang, Harley yang buatan Amerika itu adalah impian dan gaya hidup. Seorang tukang kayu bakar asal Majalaya, Jawa Barat, akhirnya bisa memiliki sepeda motor yang legendaris ini setelah menabung selama 40 tahun) Bila barang-barang seperti itu terpajang di rumah seseorang, kita tahu bahwa pemiliknya adalah orang berduit. BMW sering diidentikkan dengan mobil orang yang dinamis dan suka tantangan; Mercedes Benz dianggap mobil orang yang sukses dan mapan; dan Volvo dicitrakan mobil orang yang konservatif. Bahkan pelat mobil Amerika yang dipasang di belakang mobil seseorang juga menunjukkan dunia simbolik si pemilik mobil itu, yakni keinginan agar orang lain punya kesan bahwa ia pernah mengunjungi negeri yang menggunakan pelat mobil itu. Akari halnya payung, banyak pria tidak suka membawanya pada musim hujan, bukan hanya karena repot, tetapi karena payung identik dengan benda yang dibawa wanita. Mereka merasa kurang maskulin membawa benda itu. Rolex adalah simbol orang kaya baru (OKB) atau orang sukses secara material. Benda-benda yang pernah dimiliki orang terkenal sedemikian simbolik sehingga dalam lelang pun bisa laku dengan harga tinggi. Pakaian dalam Madonna (yang pernah dipakai penyanyi itu dalam tour *Blonde Ambition* 1990) dan berusia 11 tahun pernah dibeli orang dengan harga 20.000 dolar lebih di London.

Di Jepang saiah satu benda yang tampaknya sepele namun dapat menggagalkan bisnis adalah kartu nama (*meishi*). Orang Jepang punya kebiasaan saling bertukar kartu nama saat mereka berkenalan, terutama di dunia bisnis. Oleh karena keterikatan mereka yang kuat pada kelompok,

unsur terpenting pada kartu nama itu adalah organisasi (perusahaan) tempat mereka bekerja, lain berturut-turut jabatan dalam organisasi, gelar akademis, nama keluarga, nama pertama, dan akhirnya alamat.

Contoh :

Pada suku tebelo, jika seseorang sudah mengambil buah atau basil kebun orang lain, misalnya pisang atau ketela pohon dan pada bekas tanamannya ditanam lagi setangkai pohon, maka itu pertanda orang tersebut telah meminta hasil kebun tersebut. Sedangkan jika tidak ada tanda apa-apa, berarti itu mencuri. Salah satu tanda yang masih berlaku hingga saat ini adalah bila dalam kebun seseorang atau di bawah pohon buah-buahan ada sebuah botol kosong yang digantung di atas tiang, maka itu pertanda “jangan diambil”

Kain Timur (bo) adalah suatu artefak yang digunakan di daerah kepala burung (Kabupaten Sorong). Papua. Di kalangan orang Maibrat, Moi, Kebar, Karon, Aifat dan Tehit jenis kain ini tidak hanya bernilai ekonomis, namun juga penting dalam kegiatan politik dan kegiatan ritual setempat. Di wilayah Maibrat, bo merupakan sarana utama dalam menjalin hubungan antar etnik, lebih tepatnya sebagai alat pembayaran, mas kawin, harta pusaka, juga dapat menunjukkan status sosial serta benda sakral dalam upacara suku.

Tanpa memperhatikan sungguh-sungguh bagaimana budaya mempengaruhi komunikasi, termasuk komunikasi nonverbal dan permaknaan terhadap pesan nonverbal tersebut, kita bisa gagal berkomunikasi dengan orang lain. Kita cenderung menganggap budaya kita, dan bahasa nonverbal kita, sebagai standar dalam menilai bahasa nonverbal orang dan budaya lain. Bila perilaku non verbal orang lain berbeda dengan perilaku nonverbal kita, sebenarnya itu tidak berarti orang itu salah, bodoh atau sinting alih-alih, secara kultural orang itu sedikit berbeda dengan kita, Bila kita langsung meloncat pada kesimpulan tentang orang lain berdasarkan perilaku non verbalnya yang berbeda itu, maka kita terjebak dalam etnosentrisme (menganggap budaya sendiri sebagai standar dalam mengukur budaya orang lain).

Ancient Model Pesawat adalah artefak milik budaya Mesir dan Amerika Tengah kuno yang terlihat biasa seperti pesawat modern ditemukan di sebuah makam di Saqqara, Mesir pada tahun 1898, adalah objek kayu enam-inci yang sangat mirip dengan model pesawat, dengan pesawat, sayap dan ekor. Para ahli percaya objek sangat aerodinamis bahwa sebenarnya mampu meluncur.

BAB 9

Merencanakan Wawancara Kerja dan Mengenali Pekerjaan/ Perusahaan

A. Pendahuluan

Di zaman yang semakin modern saat ini, banyak perusahaan yang memiliki standar dalam menyeleksi para karyawannya. Salah satu standar yang harus dilewati oleh para karyawan tersebut adalah proses wawancara. Proses wawancara ini merupakan tahapan yang menentukan seorang karyawan diterima atau tidak di suatu perusahaan.

Tahap wawancara akan memberikan gambaran bagi perusahaan terhadap karyawan tersebut. Melalui proses ini, perusahaan dapat menggali keadaan yang sejujurnya tentang pribadi seseorang. Banyak calon karyawan yang menganggap mudah tahapan ini, padahal tahap ini merupakan tahap dimana perusahaan dapat mengetahui karakteristik calon karyawannya.

Proses wawancara memiliki tiga tahapan yaitu, tahap awal, lanjutan dan akhir. Pada tahap awal wawancara biasanya digunakan untuk mempromosikan dan mengenalkan dirinya. Lalu pada tahap wawancara lanjutan diberikan kesempatan untuk menggali potensi diri karyawan. Pada tahap ini kita sebagai calon karyawan diberikan kesempatan untuk menunjukkan segala kemampuan dan potensi yang dimiliki untuk menjadi bahan pertimbangan dalam penilaian tahap wawancara. Dan tahap wawancara yang terakhir merupakan tahap penerimaan dan penolakan kerja sebagai karyawan di perusahaan tersebut.

B. Pengertian Wawancara

Wawancara menurut wikipedia, Wawancara (*interview*) merupakan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Tujuan wawancara adalah untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang terpercaya. Wawancara dilakukan dengan cara penyampaian sejumlah pertanyaan dari pewawancara

kepada narasumber. Jadi sebenarnya wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan jalan mengadakan komunikasi dengan sumber data.

Wawancara dilakukan dengan sepasang mata, telinga, bibir, dan kelisannya (berkomunikasi). Komunikasi inilah yang digunakan dalam wawancara untuk mengumpulkan sumber data yang diinginkan oleh perusahaan. Dalam komunikasi tersebut pewawancara akan mengetahui karakteristik karyawan yang akan menjadi calon karyawan di perusahaannya tersebut.

Menurut Moleong (2009:186), “Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interview) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.”

Sedangkan menurut Benney & Hughes (dalam Denzin, 2009:501), “Wawancara adalah seni bersosialisasi, pertemuan dua manusia yang saling berinteraksi dalam jangka waktu tertentu berdasarkan kesetaraan status, terlepas apakah hal tersebut benar-benar kejadian nyata atau tidak”.

Dengan demikian, wawancara dapat dikatakan sebagai alat/perangkat dan juga sekaligus menjadi objek. Melalui wawancara, pewawancara dapat mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada responden secara lisan, dan melalui wawancara tersebut akan menghasilkan suatu interaksi.

Pendapat lain menurut Menurut Sanapiah Faisal (1982:213), “Wawancara merupakan angket lisan, maksudnya responden atau interview mengemukakan informasinya secara lisan dalam hubungan tatap muka, jadi responden tidak perlu menuliskan jawabannya secara tertulis.”

Dari uraian tersebut, interview atau wawancara merupakan suatu alat/perangkat untuk mendapatkan data yang dilakukan dengan tanya jawab secara lisan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Wawancara langsung yaitu yang ditujukan langsung kepada orang yang diperlukan keterangannya (data) nya. Wawancara tidak langsung yaitu wawancara yang ditujukan kepada orang-orang lain yang dipandang dapat memberikan keterangan mengenai keadaan orang yang diperlukan datanya, Atau dapat dikatakan menjadi perantara.

Menurut Sugiyono (2009:194), “wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil”.

Sedangkan menurut P. Joko Subagyo (2011:39), “wawancara adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden. Wawancara bermakna berhadapan langsung antara interview dengan responden, dan kegiatannya dilakukan secara lisan.”

Pendapat lain menurut Esterberg yang diterjemahkan oleh Sugiyono (2009:72) mengatakan bahwa “wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik.”

Dari pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa, wawancara merupakan kegiatan tanya jawab antara dua orang secara langsung untuk mendapatkan informasi yang diungkapkan oleh responden.

Pengertian wawancara menurut Supriyati (2011:48) adalah sebagai berikut :

“cara yang umum dan ampuh untuk memahami suatu keinginan atau kebutuhan wawancara adalah teknik pengambilan data melalui pertanyaan yang diajukan secara lisan kepada responden.”

Dari pendapat beberapa ahli tadi dapat disimpulkan bahwa wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui lisan (tanya-jawab) secara langsung untuk memperoleh data mengenai responden.

C. Bagian dan Proses Wawancara

1. Bagian-Bagian Wawancara

Wawancara memiliki bagian-bagian yang harus dilewati, karena wawancara pun disusun secara sistematis demi tercapainya tujuan yang hendak dicapai. Wawancara butuh perencanaan yang matang, terlebih lagi dalam menyeleksi para calon pegawai jangan sampai para pewawancara salah memilih para calon pegawai tersebut. Kita pun harus mengikuti tiap prosedur yang diberlakukan oleh pihak perusahaan.

Bagian pertama yaitu bagian permulaan atau pendahuluan wawancara. Pada bagian ini terutama ditujukan untuk mendapatkan hubungan yang baik (dalam mengadakan kontak pertama) antara interviewer dengan interviewee dan biasanya diisi dengan menyampaikan maksud dan tujuan dari interview itu. Peranan bagian ini penting, karena dengan mengadakan kontak yang pertama ini akan memberikan gambaran tentang jalannya interview selanjutnya. Kalau telah terjadi hubungan yang baik dan timbul perasaan saling mempercayai, maka hal ini telah merupakan sumbangan yang besar artinya dalam perkembangan interview selanjutnya. Dimanapun

manusia berada, mereka selalu membutuhkan adanya proses adaptasi dan disini dapat dijadikan suatu cara dalam beradaptasi dengan keadaan wawancara yang akan berlangsung.

Bagian yang kedua adalah inti interview. Bagian ini merupakan bagian dimana maksud serta tujuan interview harus dapat dicapai. Bagian ini merupakan bagian yang paling utama dari keseluruhan proses wawancara, sebab dari sinilah kesimpulan dapat diambil mengenai seseorang tersebut. Bila maksud dari interview untuk mengumpulkan data tentang latar belakang sosial, maka pada bagian ini maksud itu harus bisa dicapai. Begitu juga dengan maksud dan tujuan dalam memperoleh pegawai baru.

Bagian yang ketiga adalah akhir interview. Bagian ini merupakan bagian dimana interview mulai berakhir. Proses panjang interview sebelumnya akan berakhir pada bagian ini interview dapat ditutup dengan mengadakan penyimpulan tentang apa yang telah dibicarakan (misalnya : dalam konseling interview), atau memberitahukan kepada calon pegawai kapan interview selanjutnya dapat dilaksanakan lagi.

Adapun wawancara terdapat bagian-bagian yang dapat dipandang sebagai bagian-bagian dari wawancara antara lain :

a. Permulaan atau Pendahuluan Wawancara

Pada bagian ini terutama ditujukan untuk mendapatkan hubungan yang baik (dalam mengadakan kontak pertama) antara interviewer dengan interviewee dan biasanya diisi dengan menyampaikan maksud dan tujuan dari interview itu. Peranan bagian ini penting, karena dengan mengadakan kontak yang pertama ini akan memberikan gambaran tentang jalannya interview selanjutnya. Kalau telah terjadi hubungan yang baik dan timbul perasaan saling mempercayai, maka hal ini telah merupakan sumbangan yang besar artinya dalam perkembangan interview selanjutnya.

b. Inti Interview

Bagian ini merupakan bagian dimana maksud serta tujuan interview harus dapat dicapai. Bila maksud dari interview untuk mengumpulkan data tentang latar belakang sosial, maka pada bagian ini maksud itu harus bisa dicapai.

c. Akhir Interview

Bagian ini merupakan bagian dimana interview mulai berakhir. Interview dapat ditutup dengan mengadakan penyimpulan tentang apa yang telah dibicarakan (misalnya : dalam konseling

interview). Kadang-kadang interview ditutup dengan menentukan waktu kapan interview itu akan dilanjutkan lagi, bila masih dibutuhkan mengadakan interview lagi.

2. Proses Wawancara

Wawancara memiliki beberapa proses, proses ini harus dijalankan untuk melancarkan tujuan yang ingin dicapai dalam wawancara tersebut. Adapun proses wawancara adalah sebagai berikut :

- a. Menentukan tujuan wawancara
- b. Menetapkan bentuk pertanyaan (pertanyaan bebas atau terpimpin)
- c. Menetapkan responden yang diperkirakan sebagai sumber informasi
- d. Menetapkan jumlah responden yang akan diwawancarai
- e. Menetapkan jadwal pelaksanaan wawancara
- f. Mengadakan hubungan dengan responden

Tahap yang kedua dari proses wawancara adalah tahap pelaksanaan wawancara yaitu seperti :

- a. Memilih pertanyaan-pertanyaan yang benar-benar terarah dan dibutuhkan dalam rangka mengumpulkan informasi
- b. Mengadakan wawancara
- c. Tahap yang terakhir yaitu tahap penutup yang terdiri dari :
 - a. Menyusun laporan wawancara secara sistematis
 - b. Mengadakan evaluasi tentang pelaksanaan wawancara
 - c. Mengadakan diskusi tentang hal-hal yang dianggap penting dari pelaksanaan wawancara itu.

Tahap – tahap tersebut merupakan sebuah prosedur yang harus dilakukan oleh para pewawancara dalam menciptakan keteraturan dalam melaksanakan wawancara. Dengan adanya tahap-tahap yang harus dilewati maka baik pewawancara maupun yang diwawancarai tidak merasa saling dirugikan.

D. Macam-Macam Wawancara

Wawancara dibagi lagi kedalam beberapa jenisnya, karena melakukan wawancara tidak hanya mempunyai satu tujuan saja, tetapi banyak maksud yang ingin dicapai sebab wawancara pada dasarnya memang sebuah alat untuk memperoleh data/informasi dari orang lain/narasumber yang dimaksud.

Ada bermacam-macam jenis wawancara sesuai dengan tujuan ataupun sifat-sifat yang lain yang ada dalam wawancara, seperti menurut tujuannya, menurut jumlah orang yang diwawancarai dan menurut peranan yang dimainkan, dan yang terakhir berdasarkan sifatnya.

1. Menurut Tujuan dari Pelaksanaan Wawancara

a. *The employment interview,*

Yaitu interview yang ditujukan untuk mendapatkan gambaran sampai mana sifat-sifat yang dipunyai oleh seorang terhadap criteria yang diminta oleh suatu employment.

b. *Information interview,*

Yaitu interview yang ditujukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

c. *Administrative interview,*

Yaitu interview yang dijalankan untuk keperluan administrasi, misalnya untuk kesejahteraan organisasi, untuk mendapatkan perubahan-perubahan di dalam tindakannya.

d. *Conseling interview,*

Yaitu interview yang dijalankan untuk keperluan konseling.

2. Menurut Jumlah Orang yang Diwawancarai

a. Interview perorangan (individu)

Yaitu wawancara yang dilakukan secara perorangan, yang menyangkut masalah-masalah pribadi yang dialami oleh subyek wawancara. Misalnya : wawancara antara seorang klien dengan seorang petugas bimbingan.

b. Interview kelompok

Yaitu wawancara yang dilakukan secara kelompok (lebih dari satu orang), misalnya : antara petugas bimbingan dengan seluruh siswa kelas II.

3. Menurut Peranan yang Dimainkan

a. *The non directive interview*

yaitu interview yang kurang terpimpin dan kurang mendasarkan atas pedoman-pedoman tertentu. Biasanya digunakan dalam proses konseling.

b. *The focused interview,*

yaitu interview yang ditujukan kepada orang-orang tertentu yang mempunyai hubungan dengan objek-objek yang diselidiki.

4. Menurut Sifatnya

a. Wawancara langsung

yaitu wawancara yang dilakukan dengan seseorang untuk memperoleh keterangan mengenai orang tersebut.

b. Wawancara tidak langsung

yaitu wawancara yang dilakukan dengan seseorang untuk memperoleh keterangan mengenai orang lain.

- c. Wawancara insidental
yaitu wawancara yang dilakukan sewaktu-waktu bila dianggap perlu.
- d. Wawancara berencana
yaitu wawancara yang dilakukan secara berencana pada waktu yang telah ditetapkan.

E. Manfaat Wawancara

Wawancara merupakan cara terpenting untuk mengetahui sejauh mana karakteristik seseorang yang kita teliti. Wawancara memegang peranan penting dalam menentukan apakah orang tersebut pantas diterima sebagai pegawai. Wawancara memberikan gambaran yang nyata tentang keadaan kepribadian orang sebab selain komunikasi verbal kita juga dapat melihat komunikasi nonverbal orang tersebut.

Wawancara memberikan suatu perspektif yang komprehensif terhadap praktik yang berlaku hingga sekarang, sumber daya, dan kebijakan manajemen mengenai pengelolaan sumber daya manusia serta menemukan peluang dan strategi untuk mengarahkan ulang peluang dari strategi tersebut. Manfaat dari wawancara antara lain :

1. Wawancara merupakan teknik yang paling tepat untuk mengungkapkan keadaan pribadi subjek wawancara.
2. Dapat dilaksanakan terhadap setiap individu dan tingkatan umur.
3. Wawancara selalu digunakan untuk mengumpulkan data pelengkap terhadap data yang dikumpulkan dengan teknik lain.
4. Dapat diselenggarakan serempak dengan observasi.
5. Bahasa dari pewawancara dapat disesuaikan dengan keadaan subyek wawancara.
6. Subyek dari pewawancara berhadapan langsung dengan pewawancara, maka diharapkan dapat menimbulkan suasana persaudaraan yang baik, sehingga hal ini akan mempengaruhi hasil wawancara.
7. Isi pertanyaan dan caranya mengajukan pertanyaan dapat disesuaikan dengan tingkat perkembangan dan daya tangkap subyek wawancara. Baik pewawancara maupun subyek wawancara dapat memberikan penjelasan lebih lanjut bilamana pertanyaan atau jawaban belum jelas.
8. Tidak dibatasi oleh kemampuan dan menulis individu, artinya orang tidak dapat membaca atau menulis pun dapat diajak wawancara.
9. Kerahasiaan pribadi lebih terjamin.

Walaupun begitu, wawancara juga tidak dapat dijadikan satu-satunya

patokan dalam menilai kepribadian atau karakteristik seseorang, bisa jadi seseorang tersebut memang kurang handal dalam berkomunikasi secara tatap muka tetapi handal dalam melakukan tugas dinelakang meja.

F. Tujuan Wawancara

Segala macam kegiatan tentunya memiliki tujuan yang jelas dalam melaksanakannya, tidak mungkin setiap kegiatan tidak memiliki tujuan yang pasti sebab kegiatan tersebut hanya akan menjadi pekerjaan yang sia-sia dan hanya membuang waktu dengan percuma. Ada berbagai tujuan yang dapat dicapai dalam wawancara yaitu :

1. Menciptakan hubungan baik diantara dua pihak yang terlibat (subyek wawancara dan pewawancara). Pertemuan itu harus bebas dari segala kesemasan dan ketakutan sehingga memungkinkan subyek wawancara menyatakan sikap dan perasaan dengan bebas, tanpa mekanisme pertahanan diri yang kadang-kadang menghambat pernyataannya.
2. Meredakan ketegangan yang terdapat dalam subyek wawancara. Oleh karena subyek wawancara pada umumnya membawa berbagai ketegangan emosi ke dalam pertemuan dalam wawancara itu, maka kedua belah pihak harus berusaha meredakan ketegangan di dalam dirinya.
3. Menyediakan informasi yang dibutuhkan. Dalam wawancara kedua belah pihak akan mendapat kesempatan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkannya.
4. Mendorong kearah pemahaman diri pada pihak subyek wawancara. Hampir semua subyek wawancara menginginkan pemahaman diri yang lebih baik, dan pada dasarnya memiliki kesanggupan dan bakat yang seringkali tidak dapat berkembang dengan sempurna. Dengan wawancara subyek wawancara akan lebih memahami dirinya.
5. Mendorong ke arah penyusunan kegiatan yang konstruktif pada subyek wawancara. Tanpa adanya kegiatan yang konstruktif tentunya kegiatan wawancara hanya kegiatan yang sia-sia saja, maka dari itu wawancara disini harus dapat mendorong kegiatan yang konstruktif.

G. Pertanyaan-Pertanyaan Penting dalam Wawancara

Sebelum melaksanakan wawancara sebaiknya kita harus mengetahui terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan apa saja yang biasanya diajukan dalam pelaksanaan wawancara, agar kita dapat menjalani wawancara dengan lancar tanpa hambatan yang berarti. Pertanyaan-pertanyaan

yang diajukan tentunya berhubungan sekali dengan pekerjaan yang kita akan ambil sebab mereka pun dalam menyusun pertanyaan sesuai dengan kebutuhan bidang yang dimaksud oleh pelamar. Bentuk-bentuk pertanyaan yang sering diajukan oleh perusahaan biasanya berupa :

1. Pertanyaan yang bersifat mendorong pembahasan dan pemahaman.
Contoh: coba ceritakan lebih lanjut. Bagaimana menurut pendapatmu.
2. Pertanyaan yang menarik pemahaman. Yaitu pertanyaan yang mengandung kata karena, oleh sebab, mengandung sebab akibat.
3. Pertanyaan yang mendorong penerimaan perasaan. Contoh : Apakah anda merasa senang ?
4. Pertanyaan yang mendorong sikap/tingkah laku tertentu, (pertanyaan yang mendorong, memperluas pandangan/memberikan dorongan tentang sesuatu), Contoh : anda jelaskan, bagaimana hal ini bisa terjadi.
5. Contoh-contoh pertanyaan yang berpengaruh terhadap keberhasilan wawancara antara lain :
 - Bagaimana anda menggambarkan diri anda sendiri ?
 - Jika anda diterima di perusahaan ini berapa gaji yang anda inginkan ?
 - Apa kelebihan dan kelemahan yang anda miliki ?
 - Dari mana anda mengetahui perusahaan ini ?

H. Hal-Hal yang Harus Diperhatikan dan Memengaruhi Keberhasilan Wawancara

Keberhasilan pelaksanaan wawancara tidak hanya diharapkan oleh orang yang diwawancarai saja tetapi juga oleh orang yang mewawancarai. Terciptanya keberhasilan ini biasanya tidak terlepas dari pelaksanaan prosedur yang sesuai, karena jika prosedur tersebut dijalankan dengan baik maka akan lancar pula kegiatannya. Perlu adanya kerjasama juga antara pewawancara dan orang yang diwawancarai, selain harus bersikap sopan mereka juga harus melakukan segala sesuatunya sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan

Agar wawancara dapat mencapai hasil yang baik dan berhasil tidaknya wawancara ditentukan oleh kedua belah pihak pewawancara dan subyek wawancara, jadi berhasil atau tidaknya wawancara tidak mutlak berada ditangan subjek wawancara, yaitu tergantung kepada hal-hal sebagai berikut :

1. Orang yang akan mengadakan wawancara harus mempunyai latar belakang tentang apa yang ditanyakan, karena yang akan ditanyakan perlu dipersiapkan dengan sebaik-baiknya, agar wawancara dapat

berlangsung dengan lancar, sistematis dan teratur.

2. Pewawancara harus menjelaskan dengan sebaik-baiknya apa maksud serta tujuan dari wawancara tersebut. Walaupun biasanya para calon pegawai telah mengetahui maksud dan tujuannya, tetapi para pewawancara perlu memberitahukannya lagi agar lebih dimengerti secara langsung.
3. Hubungan baik antara pewawawancara dan subyek wawancara. Demi terciptanya kelancaran, maka antara subjek wawancara dan pewawancara harus dapat beradaptasi satu sama lain untuk mengurangi rasa canggung yang dialami oleh subjek wawancara.
4. Keterampilan sosial pewawancara perlu diperhatikan, jangan hanya asal menguji tetapi pewawancara juga harus memiliki keterampilan yang meliputi :
 - Sikap dalam berbuat dan berbicara
 - Sikap tidak ingin menang sendiri
 - Nada dan irama berbicara
 - Kemampuan untuk mempergunakan dan memanipulasi kata-kata yang tepat dalam berbagai suasana dan situasi
5. Bahasa yang digunakan oleh pewawancara harus disesuaikan dengan kemampuan yang diwawancarai. Bila subjek wawancara tidak mengerti bahasa asing seperti bahasa Inggris maka janganlah digunakan, kecuali untuk seleksi pekerjaan, itu juga harus tertera dalam syarat penerimaan calon pegawai agar para pelamar tidak kaget pada saat melakukan wawancara.

I. Orientasi Pekerjaan dan Perusahaan

Setelah proses seleksi berakhir, tugas departemen selanjutnya adalah membantu karyawan baru menyesuaikan diri dengan perusahaan dan pekerjaannya. Untuk membantu proses penyesuaian diri ini, diadakan program orientasi karyawan yang akan memperkenalkan karyawan baru dengan peranan mereka, perusahaan itu sendiri, kebijakan perusahaan dengan karyawan. Orientasi dapat didefinisikan :

1. *Familiarization with and adaption to a situation or an environment*". (Pengakraban dan penyesuaian dengan situasi atau lingkungan).
2. *"The activities involved introducing new employees to the organization and their work units"*. (Aktivitas yang melibatkan pengenalan karyawan baru kepada organisasi dan unit kerja mereka).
3. *"Familiarize employees with their role, their organization, its policies, and other employees"*. (Mengakrabkan karyawan dengan peran, organisasi, kebijakan organisasi, dan karyawan lain).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa orientasi adalah pengenalan dan adaptasi terhadap suatu situasi atau lingkungan. Dalam praktek, orientasi sering hanya berupa indoktrinasi terhadap filosofi, kebijakan dan peraturan perusahaan yang bersangkutan. Istilah lain yang sering digunakan untuk program pengenalan adalah indoktrinasi dan induksi. Program orientasi efektif dapat mengurangi kecemasan yang dirasakan karyawan saat memasuki perusahaan untuk pertama kali. Orientasi adalah sikap, standar nilai dan pola perilaku di dalam perusahaan atau organisasi bagi karyawan.

Program orientasi maksudnya memperkenalkan karyawan baru dengan tugasnya, dengan organisasinya, dan dengan karyawan lain. Orientasi menjelaskan hal penting mengenai organisasi, karena karyawan baru perlu mengetahuinya. Program orientasi terkadang menggunakan film untuk menggambarkan sejarah, produk, jasa, dan kebijakan yang berlaku. Biasanya karyawan diberi buku penuntun atau pedoman karyawan yang berisi penjelasan

1. Tujuan Orientasi

Program orientasi maksudnya memperkenalkan karyawan baru dengan tugasnya, dengan organisasi, dan dengan karyawan lain. Orientasi menjelaskan hal penting mengenai perusahaan, karena karyawan baru perlu mengetahuinya. Dan orientasi pekerjaan dan perusahaan mempunyai beberapa tujuan antara lain :

- a. Memperkenalkan karyawan baru dengan ruang lingkup tempat bekerja, dan kegiatannya.
- b. Memberi informasi tentang kebijakan yang berlaku
- c. Menghindarkan kemungkinan timbul kekacauan yang dihadapi karyawan baru, atas tugas atau pekerjaan yang diserahkan kepadanya.
- d. Memberikan kesempatan karyawan baru menanyakan hal berhubungan dengan pekerjaannya.

Dengan adanya orientasi, karyawan baru diharapkan dapat berhasil mempelajari pekerjaan secara lebih cepat. Orientasi karyawan baru meliputi aktivitas memperkenalkan karyawan baru dengan organisasi yang bersangkutan. Dewasa ini sebagai suatu keharusan bagi karyawan baru dalam memahami seluk beluk perusahaan tempat bekerja. Lebih spesifik lagi, karyawan diharapkan dapat memahami budaya organisasi tempat mereka bekerja.

2. Manfaat Program Orientasi

Manfaat pengaruh program orientasi terhadap perilaku karyawan, antara lain mengurangi perasaan diasingkan, kecemasan dan kebingungan karyawan. Mereka dapat merasa menjadi bagian perusahaan lebih cepat merasa lebih yakin dan lebih senang. Dengan kecemasan yang berkurang mereka dapat lebih baik mempelajari kewajiban. Karyawan yang menerima orientasi cukup, mempunyai harapan jabatan lebih realistis. Akibatnya karyawan baru memerlukan lebih sedikit perhatian teman sekerja dan pengawas, bekerja lebih baik, dan kemungkinan besar tidak ada yang mengundurkan diri minta berhenti.

Manfaat ini diperoleh karena program orientasi membantu seseorang memahami aspek sosial, teknis dan kebudayaan tempat kerja. Di samping itu sosialisasi (proses seseorang menyesuaikan diri dengan perusahaan) merupakan langkah penting untuk diterima pihak lain dalam perusahaan. Oleh karena karyawan baru diterima, maka mereka menjadi bagian dari struktur sosial perusahaan. Program orientasi membantu mempercepat proses sosialisasi dan penerimaan menjadi kerja sama dalam kelompok.

J. Contoh Pertanyaan Wawancara Kerja

1. Ceritakan tentang diri anda

Pada bagian ini kita sebagai orang yang wawancarai diberikan kesempatan untuk memberikan informasi yang lengkap mengenai pribadi kita. Menjelaskan prestasi yang kita miliki dan aktivitas-aktivitas kita sebelumnya. Bagian ini merupakan pertanyaan yang sangat sering muncul pada saat interview kerja.

2. Kenapa anda berhenti dari pekerjaan sebelumnya

Pada bagian ini persiapkan jawaban yang positif. Jika anda berhenti dari perusahaan sebelumnya karena ada masalah maka jangan ceritakan masalah yang terjadi. Jawablah jika anda sedang ingin mencari kesempatan kerja yang lebih baik dan mencari peluang untuk melakukan sesuatu yang berbeda dalam karir anda

3. Pengalaman apa yang anda miliki dalam bidang ini

Pada bagian ini jawablah dengan se-spesifik mungkin mengenai keahlian anda di bidang yang anda lamar. Jika tidak memiliki pengalaman yang khusus setidaknya berikan jawaban yang mendekati keahlian yang dimaksud.

4. Apakah anda menganggap diri anda sukses

Pada bagian ini berikan jawaban “Iya” dan antusias yang positif

untuk pertanyaan ini. Berikan penjelasan mengenai keberhasilan yang telah anda capai dalam hidup ini terutama dalam hal karir.

5. Apa yang anda ketahui tentang perusahaan kami

Pada bagian ini, Pertanyaan ini hanya bisa dijawab jika anda telah melakukan penelitian terlebih dahulu tentang perusahaan tempat anda melamar. Jawab tentang aktivitas perusahaan tersebut seperti produk yang dijual atau sistem pemasarannya.

6. Apa yang telah anda lakukan untuk mengembangkan pengetahuan anda terakhir ini

Jawab ragam kegiatan positif yang telah anda lakukan tentu saja yang berhubungan dengan pencapaian karir anda.

7. Kenapa anda tertarik bergabung dengan perusahaan ini

Hati-hati menjawab ini karena memerlukan pengetahuan anda tentang perusahaan dan karir jangka panjang yang ingin anda raih.

8. Berapa gaji yang anda harapkan

Pertanyaan mudah yang sangat sulit menjawabnya karena sangat sensitif. Jadi jangan dijawab. Katakan sambil tersenyum “Pertanyaan yang cukup sulit, namun maaf bisakah Bapak/Ibu menjelaskan kisaran gaji untuk posisi ini?” Biasanya pihak perusahaan akan memberikan rentang gaji yang anda tanyakan. Jika tidak, anda bisa bertanya balik mengenai detail pekerjaan yang akan anda jalani serta tanggung jawabnya, baru kemudian bisa memperkirakan gaji yang anda harapkan plus mempertimbangkan tunjangan-tunjangan lain. Itu pun masih kisaran saja, jadi anda sebelumnya harus tahu kisaran gaji untuk posisi seperti anda.

9. Apakah anda bisa bekerja dalam satu tim

Selalu jawab “Iya” dan sebutkan pengalaman yang pernah anda lakukan saat bekerja sama dengan banyak orang.

10. Jika anda diterima, berapa lama anda ingin bergabung di perusahaan ini

Jawaban jangan terlalu spesifik. Anda bisa menjawab seperti ini “ Saya ingin selamanya bisa bekerja di sini dengan catatan perusahaan puas dengan hasil kerja saya”.

11. Kenapa kami harus mempekerjakan anda

Jelaskan keahlian atau kemampuan yang anda miliki dan kaitannya dengan kebutuhan perusahaan. Jangan mencontohkan kandidat lain sebagai perbandingan kemampuan anda.

12. Apa kelebihan anda

Pertanyaan yang memerlukan jawaban luas tapi tetap fokus seperti misalnya kemampuan anda dalam memecahkan permasalahan, kemampuan memimpin, perilaku positif anda, kesanggupan bekerja di bawah tekanan atau kemampuan berorganisasi.

13. Apa kelemahan anda

Jangan pernah menjawab kalau anda orang malas atau susah bangun pagi. Jawab dengan diplomatis, seperti “Saya kurang percaya diri jika berbicara di hadapan orang banyak, tapi saat ini saya dalam proses mengatasinya karena ini sangat berkaitan dengan karir saya ke depan dan saya yakin bisa mengatasi hal ini”, atau “Kelemahan saya kurang bisa bekerja sendiri, jadi harus membangun teamwork yang solid”. Intinya setelah mengatakan kelemahan anda, sertakan usaha yang telah anda lakukan untuk mengatasi kelemahan anda tersebut.

14. Apakah anda bersedia kerja lembur kapan saja bila diperlukan

Jawaban untuk ini ada di anda. Jawablah dengan jujur dan berikan alasan yang tepat.

15. Apakah anda ada pertanyaan untuk saya

Selalu siapkan pertanyaan anda. Ini menunjukkan antusias anda bergabung di perusahaan. Contoh pertanyaan seperti deskripsi pekerjaan yang akan anda jalani atau proyek seperti apa yang saat ini dikerjakan perusahaan.

BAB 10

Laporan Bisnis

A. Pendahuluan

Dalam dunia bisnis, persaingan selalu terjadi antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya atau antara seseorang dengan orang lainnya. Persaingan itu baik dalam bentuk meraih keuntungan maupun dalam meraih prestasi. Maka dari pada itu perusahaan harus lebih mantap dalam bersaing di dunia bisnis, agar tidak tertindas oleh pihak yang lain. Oleh karena itu, agar perusahaan bisa berjalan dengan baik, maka perusahaan harus mempunyai laporan perusahaan/ laporan bisnis.

Laporan ini dibuat dengan tujuan agar lebih mudah dalam menjalankan perusahaan/ bisnis kedepannya, berdasarkan data dari laporan bisnis yang dibuat. Dengan laporan bisnis yang dibuat juga dapat digunakan dalam pengambilan keputusan dalam suatu perusahaan/ bisnis yang dijalankan. Karena dengan laporan tersebut seorang manajer telah mempunyai patokan/ ukuran dalam menjalankan perusahaan/ bisnis. Maka dari itu laporan bisnis sangat diperlukan dalam suatu perusahaan/ bisnis.

B. Hakikat Laporan Bisnis

Laporan bisnis ialah setiap dokumen faktual yang menyatakan tujuan perusahaan merupakan sarana manajerial untuk menginformasikan atau memberikan kontribusi pada pengambilan keputusan harus bersifat akurat, lengkap dan obyektif. Laporan bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu laporan yang memiliki sifat netral, tidak memihak, memiliki tujuan yang jelas dan rencana penyajian fakta kepada seseorang tau untuk kepentingan bisnis tertentu. (Djoko Purwanto, 2006:264)

Laporan bisnis juga merupakan pesan-pesan yang objektif, tersusun secara teratur yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari suatu bagian organisasional atau dari satu institusi atau lembaga ke lembaga lain untuk membantu pengambilan keputusan atau pemecahan masalah.

Laporan fakta meliputi kejadian-kejadian, kondisi, mutu, perkembangan, hasil, produk, masalah, atau saran pemecahan. Laporan dapat membantu penerima memahami situasi bisnis yang kompleks, menyelesaikan tugas-tugas teknik, atau merencanakan prosedur-prosedur, pemecahan masalah, dan membuat kebijakan tentang perencanaan strategis.

Laporan bisnis adalah laporan yang memiliki sifat netral, tidak memihak, memiliki tujuan yang jelas, dan berisi rencana penyajian fakta kepada seseorang atau lebih untuk tujuan bisnis tertentu. (Djoko Purwanto, 2007:122) Sedangkan menurut Herta A. Murphy, laporan bisnis adalah suatu laporan yang memiliki sifat netral, tidak memihak, memiliki tujuan yang jelas, dan berisi rencana penyajian fakta kepada seorang atau lebih untuk tujuan bisnis tertentu. (Siwon Pieter)

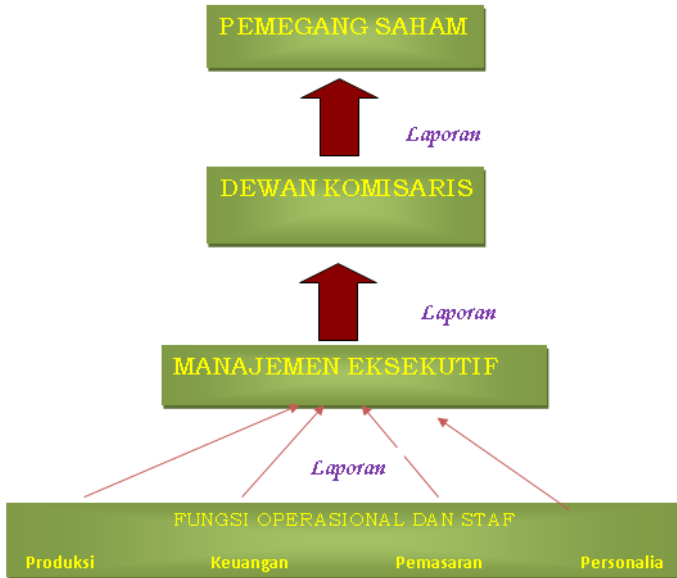
Menurut Himstreet, Laporan Bisnis adalah suatu pesan-pesan objektif yang disusun secara teratur dan digunakan untuk menyampaikan informasi dari suatu bagian organisasional atau dari satu institusi atau lembaga ke lembaga yang lain guna membantu pengambilan keputusan atau pemecahan masalah.

Bagi suatu perusahaan, pada umumnya penulisan laporan bisnis digunakan untuk memenuhi keperluan, antara lain:

1. Untuk memonitoring dan mengendalikan operasional perusahaan. Misalnya laporan operasional, laporan kegiatan personal.
2. Untuk membantu mengimplementasikan kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur yang telah ditetapkan perusahaan. Misalnya: kebijakan penempatan posisi kerja.
3. Untuk memenuhi persyaratan-persyaratan hukum dan peraturan-peraturan yang berlaku bagi perusahaan. Misalnya laporan pajak, laporan analisis, dampak lingkungan, laporan ketenagakerjaan (perburuh).
4. Untuk mendokumentasikan presentasi kerja yang yang diperlukan. Misalnya laporan perkembangan, dan laporan akhir suatu kegiatan.
5. Untuk menganalisis informasi dan memberikan bimbingan bagi pengambilan keputusan atas masalah tertentu. Misalnya laporan penelitian/riset, laporan troubleshooting, laporan justifikasi
6. Untuk memperoleh sumber pendanaan atau membuka bisnis baru. Misalnya: proposal penjualan.

Laporan bisnis yang dibuat baik secara periodik maupun secara spontanitas harus selalu dikembangkan baik dari sisi penampilan maupun isi atau materi yang disajikan. Tujuan pengembangan laporan untuk menjadikan informasi yang disampaikan jelas dan mudah dipahami.

Materi laporan yang disampaikan harus sebatas yang perlu diketahui oleh pihak pembaca, disampaikan secara tertulis dalam bentuk cetakan atau secara elektronik melalui bantuan komputer.



Gambar 11.1. Aliran Suatu Laporan Bisnis

C. Penggolongan Laporan Bisnis

Komunikasi bisnis, dan khususnya laporan, diorganisasikan dengan cara tertentu yang berbeda dengan bentuk penulisan lainnya (misalnya makalah penelitian). Dalam studi ilmiah, tujuannya mungkin dijelaskan pertama kali diorganisasikan terpisah. Alasannya adalah untuk pengorganisasian ini karena dokumen bisnis biasanya memiliki banyak pembaca.

Pembaca yang berbeda dapat memerlukan informasi yang berbeda dari suatu dokumen. Sebagai contoh, manajemen senior mungkin hanya memerlukan informasi penting tentang sistem yang diajukan, pendekatan alternative, solusi yang disarankan, serta biaya dan manfaat. Mereka mungkin tidak memerlukan detail teknis orang-orang yang sebenarnya akan dibutuhkan untuk menerapkan sistem. (Dasaratha V. Rama & Frederick L. Jones. 2008: 345)

D. Jenis-Jenis Laporan Bisnis

Laporan bisnis dapat digolongkan kedalam berbagai cara menurut fungsi, subjek, formalitas, keaslian, frekuensi, jenis atau penampilan, pelaksanaan proyek dan pelaksanaan pertemuan. Masing-masing penggolongan tersebut secara rinci dapat dijelaskan berikut ini:

1. Berdasarkan Fungsinya

- a. Laporan informasi (*Information Report*) Berfungsi untuk memberikan informasi dengan menyajikan fakta-fakta dan rangkuman, tanpa melakukan analisis, menarik kesimpulan, atau memberi rekomendasi. Nama lain untuk information report adalah laporan perkembangan (progress reports), laporan sementara (*interim report*), dan laporan triwulan (*quarterly report*).
- b. Laporan analitikal (*Analitycal Report*) Menyajikan fakta-fakta, menganalisis dan menafsir, keudian mengambil kesimpulan dan memberi rekomendasi (*recommendation report*), usulan (*proposal*), atau laporan justifikasi.

2. Berdasarkan Subjeknya

Suatu laporan dapat dibedakan berdasarkan departemen tempat laporan tersebut diperoleh. Sebagai contoh adanya laporan akuntansi, laporan periklanan, laporan pengumpulan kredit, laporan pembelanjaan, laporan asuransi, laporan pemasaran, laporan ekonomi, laporan produksi, laporan personalia, laporan statistic, dan laporan-laporan teknik.

3. Berdasarkan Formalitasnya

- a. Laporan Formal (*Long Reports*) Laporan formal pada umumnya berbentuk panjang, lebih dari 10 halaman, dan mencakup masalah-masalah kompleks. Namun demikian, pengertian “panjang” bervariasi tergantung pada situasi dan kondisi yang ada. Laporan formal mencakup tiga bagian penting, yaitu (1) *Body teks*: pendahuluan, isi dan penutup; (2) *Prefatory part*: sampul, judul, halaman, surat kewenangan, penerimaan, persetujuan, pengiriman, penghargaan, synopsis, abstraksi, rangkuman eksekutif, daftar isi, dan daftar tabel; (3) *Supplement part*: lampiran, daftar pustaka, catatan akhir, daftar istilah dan indeks.
- b. Laporan informal (*Short Reports*) Laporan informal biasanya hanya mencakup badan teks. Namun demikian, sejumlah laporan informal mencakup judul halaman, pengiriman, catatan akhir, dan lampiran.

4. Berdasarkan Keasliannya

Laporan otoritas adalah suatu laporan yang dibuat atas dasar permintaan atau kuasa dari komite atau orang lain.

- a. Laporan sukarela adalah suatu laporan yang dibuat atas inisiatif sendiri.
- b. Laporan swasta adalah suatu laporan yang dibuat oleh perusahaan-perusahaan swasta.
- c. Laporan publik adalah suatu laporan yang dibuat oleh lembaga-lembaga pemerintah, termasuk sekolah-sekolah, rumah sakit, atau lembaga-lembaga lain yang dibiayai oleh negara.

5. Berdasarkan Frekuensinya

- a. Laporan Berkala (*Periodic Reports*) Laporan dapat disusun secara harian, mingguan, bulanan, semesteran, atau tahunan. Termasuk dalam laporan berkala, antara lain laporan bursa saham setiap jam, laporan penjualan setiap hari, laporan biaya setiap minggu, laporan produksi setiap bulan, laporan komite setiap kuartal, laporan anggaran tahunan.
- b. Laporan Khusus (*Special Report*) Laporan khusus ditulis ketika ada kebutuhan terhadap suatu informasi yang unik (khusus) seperti munculnya krisis dalam perusahaan.

6. Berdasarkan Jenisnya

- a. Laporan Memorandum (*Periodic Report*) Laporan yang menggunakan format memo, yaitu mencantumkan kepada, dari, subjek, dan tanggal.
- b. Laporan Surat (*Letter Report*) Laporan surat adalah laporan yang menggunakan format surat dengan kepala surat yang didalam berisi alamat, salam pembuka, penutup, tanda tangan dan referensi
- c. Laporan dalam Bentuk Cetakan Laporan dalam bentuk cetakan memiliki judul yang sudah tercetak, intruksi, dan baris-baris kosong.
- d. Laporan Formal (*Formal Report*) Laporan formal biasanya lebih panjang daripada laporan informal, laporan formal sering juga disebut dengan laporan panjang (*long report*).

7. Berdasarkan Kegiatan Proyek

Dalam melakukan suatu proyek, terdapat tiga jenis laporan, yaitu

- a. Laporan Pendahuluan (*Preliminary Reports*) Mencakup persiapan suatu proyek, hasil yang diharapkan, dan cara melakukan pelatihan pegawai.

- b. Laporan Perkembangan (Progress Reports) mengenai perkembangan pelaksanaan proyek secara berkala
- c. Laporan Akhir (Final Report) mengenai akhir dari suatu pelaksanaan suatu proyek.

8. Berdasarkan Pelaksanaan Pertemuan

- a. Agenda (agenda) adalah suatu dokumen yang ditulis sebelum pertemuan berlangsung, mencakup jadwal pelaksanaan dan topik yang akan dibahas dalam pertemuan.
- b. Resolusi (resolution) adalah laporan singkat yang secara formal berisi pengumuman hasil konsensus suatu pertemuan.
- c. Notulen (minutes) adalah laporan resmi dalam suatu pertemuan yang telah berlangsung, mencakup catatan semua hal yang terjadi dalam pertemuan.
- d. Laporan pertemuan (proceedings) adalah suatu laporan resmi, yang cakupan bahasanya luas dan berisi hasil-hasil pertemuan.

E. Bagian Pokok Laporan

1. Bagian Pendahuluan (pembukaan dari laporan)

Judul halaman. Judul halaman dimulai dengan nama yang berada di bagian atas surat. Selanjutnya adalah dipersiapkan kepada siapa laporan bisnis ini ditunjukkan, yang meliputi nama, judul, dan pihak yang menerima laporan. pada bagian bawah halaman dituliskan nama penulis dan beberapa keterangan penting tentang penulis. Terakhir, dituliskan tanggal pembuatan laporan.

2. Isi dari Laporan

Pada bagian ini mulailah membahas suatu pengenalan, dengan memasukan beberapa atau semua materi, seperti:

- a. Penjelasan bagaimana memulai laporan dan mengapa harus disahkan
- b. Penjelasan masalah yang mendukung pembuatan laporan dan pernyataan spesifik untuk dijawab
- c. Tujuan pembuatan laporan
- d. Ruang lingkup dan batasan atau pembatasan penelitian
- e. Sumber dan metode pengumpulan data
- f. Ringkasan penemuan, jika laporan ditulis secara deduktif
- g. Tunjukkan bagian umum dari laporan, kemudian menyediakan sistem dan pengalihan bagi pembaca

Bagian pembahasan menyajikan aspek-aspek teknis laporan.

Bagian pembahasan tersebut berhubungan dengan staf teknis. Para profesional ini dapat menganalisis laporan untuk memutuskan apakah manajer harus menerima rekomendasi Anda dan bertindak sesuai rekomendasi Anda. Pembahasan menyediakan detail-detail terpilih untuk menyajikan analisis teknis Anda dan mendukung kesimpulan Anda. (Dasaratha V. Rama & Frederick L. Jones. 2008: 345)

3. Ringkasan, Kesimpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan dari sebuah laporan adalah ringkasan data yang disajikan yang merupakan hasil peninjauan kembali penemuan utama dan jawaban dari pertanyaan. Jika suatu laporan mempunyai rekomendasi mengenai suatu tindakan dapat ditempatkan di dalam suatu bagian terpisah atau dapat disatukan dengan kesimpulan.

F. Pengiriman Surat

Surat dikirim kepada pihak eksternal perusahaan, dan memo ditunjukkan untuk pihak internal perusahaan. Pengirim surat atau memo mengikuti pola yang sudah ada dan biasanya kurang formal dari laporan bisnis itu sendiri. Beberapa saran dalam penyusunan pengiriman surat yang efektif:

1. Menyampaikan laporan
2. Memberikan laporan secara menyeluruh
3. Menjelaskan cara membaca atau mengartikan kata tersebut
4. Menguraikan keterbatasan jika ada
5. Memberitahukan perusahaan tempat anda bekerja
6. Menyarankan agar mempelajarinya lebih lanjut, jika sudah selesai
7. Menawarkan untuk mendiskusikan laporan secara personal
8. Menunjukkan antusias anda pada pekerjaan tersebut

KONSULTAN INDUSTRI DEL RIO
 588 Taman Avenue
 Boston, Massachusetts 02116
 www.delrio.com
 (617)549-1101
 12 Januari, 2009
 Kota Boston
 Boston, MA 02290

Dewan Kota

Yang terhormat dewan anggota:
 Laporan terlampir, yang diminta oleh dewan kota

Gambar 11.1 Contoh Pengiriman Surat

G. Persiapan Sebelum Menyusun Laporan

Dalam membuat laporan bisnis yang dibuat oleh organisasi sangat diperlukan untuk berkomunikasi baik dengan pihak intern maupun ekstern organisasi. Beberapa laporan diperlukan sebagai dokumentasi yang bersifat permanen (tetap); sementara yang lainnya diperlukan untuk memecahkan masalah atau sekedar menjawab suatu pertanyaan.

Adakalanya suatu laporan mengalir dari pucuk pimpinan ke bawahan sebagai pertanggungjawaban terhadap berbagai keputusan atau kebijakan yang telah dilaksanakan oleh suatu organisasi. Namun, adakalanya suatu laporan mengalir dari bawahan ke pucuk pimpinan sebagai alat untuk memantau kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh unit-unit atau departemen-departemen yang ada dalam suatu organisasi. (Djoko Purwanto, 278)

1. Menentukan Proyek

Mengawali proses menulis laporan yaitu dengan menentukan proyek. Pengertian ini meliputi pernyataan atas tujuan, apakah penyusunan laporan untuk memberitahukan, menganalisis, menyelesaikan masalah, atau untuk membujuk. Jawaban atas pertanyaan tersebut harus jelas, pernyataan yang dibuat secara akurat dapat mengidentifikasi maksud dibuatnya laporan. Dalam laporan informal pernyataan atas tujuan dapat dituliskan dalam satu kalimat, kalimat tersebut biasanya menjadi bagian pada pengenalan.

Contoh pernyataan:

Laporan ini menyajikan data mengenai aktivitas pelatihan dalam pelayanan terkoordinasi dan diawasi oleh Departemen Tenaga Kerja antara tahun pertama dan sekarang.

Setelah menulis pernyataan atas tujuan, diharuskan menganalisis siapa yang akan membaca laporan yang telah disusun. Jika laporan yang direncanakan untuk seorang pengawas langsung dan dia mendukung proyek yang telah kita buat, maka tidak perlu memasukkan detail yang luas, pengembangan secara historis, jangka waktu yang teridentifikasi atau bujukan. Pembaca lain, bagaimanapun membutuhkan latar belakang data dan strategi yang membujuk. Pembaca ataupun pendengar yang melihat laporan anda dapat berpengaruh terhadap gaya menulis, metode riset, penekanan pada bagian-bagian dan strategi komunikasi. Pembaca juga dapat berisi lebih dari satu set pembaca. Laporan sering didistribusikan ke pembaca kedua yang membutuhkan lebih detail dibandingkan pembaca utama.

2. Mengumpulkan Data

Laporan yang baik adalah laporan yang disusun berdasarkan data yang padat, akurat dan dapat diverifikasi. Berikut adalah tipe sumber dari informasi berdasarkan fakta untuk laporan informal, di antaranya yaitu :

a. Catatan perusahaan

Dari pencatatan ini kita bisa menobservasi kinerja perusahaan yang lampau dan metode apa yang digunakan untuk menyelesaikan masalah yang lalu.

b. Pengunjungan, Kuestioner dan perhitungan

Data dari kumpulan orang bisa dikumpulkan dan akan lebih efisien dengan menggunakan pengunjungan, kuestioner dan perhitungan inventori.

c. Wawancara

Berbicara dengan orang secara langsung akan mendapatkan informasi langsung dari pihak pertama. Wawancara juga memberikan kesempatan untuk menjelaskan pertanyaan anda dan mendapat informasi yang akurat.

d. Elektronik dan Penelitian lain

Pencarian sumber yang lebih luas dan informasi yang lampau tersedia dengan menggunakan komputer yang dihubungkan ke web, data base, dan sumber lain. Dari komputer kantor atau milik sendiri dapat mengakses informasi yang disediakan oleh pemerintah, koran, majalah dan perusahaan-perusahaan.

3. Membangun Gaya Penulisan yang Tepat

Laporan bisnis dapat dibedakan menjadi laporan formal dan informal. Laporan penelitian dari konsultan ke klien biasanya menggunakan laporan formal. Tapi laporan terhadap atasan yang menjelaskan tentang laporan rapat akan lebih baik jika menggunakan laporan informal.

4. Penggunaan Kata Awalan yang Efektif

Awalan yang baik sangat membantu pembaca laporan maupun penulisan laporan. Untuk para pembaca mereka seolah-olah membaca garis besar dan ide utama dari teks tersebut. Untuk penulis, awalan berfungsi untuk menyambungkan arti-arti kalimat selanjutnya. Penulis dapat memilih menggunakan functional heading, talking heading atau penggunaan kedua-duanya. Functional heading membantu penulis untuk membuat garis besar dari sebuah laporan dan talking heading menjelaskan isi serta menyediakan

informasi untuk para pembaca.

Berikut adalah tips untuk penggunaan awalan yang efektif:

- a. Gunakan awalan yang tepat
- b. Digunakan untuk laporan pendek
- c. Gunakan huruf besar dan menggarisbawahi secara hati-hati dan tepat
- d. Gunakan penulisan awalan pendek tapi jelas
- e. Jangan menggunakan awalan sebagai bagian dari kata ganti

5. Objektif

Laporan akan lebih meyakinkan apabila sesuai dengan fakta dan penulisnya terpercaya. Seorang penulis dapat membangun kepercayaan dengan berbagai cara antara lain :

- a. Menyediakan dua sisi dari sebuah berita, walaupun penulis lebih menyukai ketika berada disatu sisi namun tetap diskusikan dua sisi yang ada dan tunjukkan alasan yang logis mengapa posisi penulis berada disana. Tetaplah tidak memihak dan biarkan fakta membuktikan pendapat yang disampaikan penulis.
- b. Pisahkan fakta dari opini
- c. Lebih sensitif dan tepat dalam penggunaan bahasa
- d. Sebutkan sumber, jelaskan kepada para pembaca darimana informasi berasal. Dengan begitu kata-kata penulis lebih dipercaya dan argumen penulis lebih meyakinkan

6. Pengorganisasian Tubuh Laporan

Bentuk penyusunan suatu laporan mempunyai daya tarik tertentu yang akan mempengaruhi pembacanya.

- a. Cara menyusun tubuh laporan (report body):
Terdapat dua cara menyusun tubuh laporan, yaitu cara deduktif dan induktif:
 - 1) Cara deduktif, disebut juga cara langsung, yaitu menggambarkan laporan dari belakang ke depan, atau menjelaskan ide pokok atau rekomendasi terlebih dulu, sebelum hal-hal yang rinci dijelaskan. Cara deduktif lebih cocok untuk pembaca yang memiliki karakteristik, sebagai berikut:
 - a) Eksekutif yang sibuk
 - b) Lebih suka untuk menentukan sesuatu dengan segera
 - c) Ingin mengetahui pandangan penulis dengan segera

- d) Lebih menyukai laporan yang disusun secara deduktif
- 2) Cara induktif, Cara induktif berbeda dalam cara penyajiannya dengan cara deduktif. Dengan cara induktif anda terlebih dulu menjelaskan fakta-fakta yang ada sebelum ide-ide pokok, kesimpulan atau rekomendasi dikemukakan. Anda menyajikan fakta-fakta dan bahan pendukung lainnya sebelum sampai pada bagian kesimpulan dan rekomendasi.

b. Cara menyusun teks laporan

Salah satu tugas yang cukup rumit dalam membuat laporan adalah memutuskan cara terbaik untuk menyusun fakta-fakta yang tersedia sehingga terbentuk bagian teks laporan. Anda harus memutuskan cara yang akan anda gunakan sebelum mulai menulis laporan.

Anda dapat mengembangkan teks dengan cara-cara berikut ini:

- 1) Membuat topik-topik atau kriteria
Cara ini merupakan hal umum dalam pembuatan suatu laporan. Judul utama anda mungkin menggunakan kriteria standar, faktor-faktor, pemecahan masalah, manfaat, atau karakteristik.
- 2) Menyusun urutan suatu peristiwa atau kejadian-kejadian
Penyusunan urutan suatu peristiwa dapat disesuaikan dengan pokok bahasannya.
- 3) Mendeskripsikan lokasi atau tempat
Anda dapat mengembangkan teks dengan mendeskripsikan lokasi atau tempat.
- 4) Menjelaskan suatu proses atau prosedur
Cara pengembangan ini hampir sama dengan pendekatan kronologis. Metode ini menelusuri suatu tahapan-tahapan.
- 5) Menyusun urutan tingkat kepentingannya secara alphabet
Urutan-urutan pertama berisi ide-ide, kejadian-kejadian, atau topik yang paling penting, selanjutnya kurang penting, atau tidak penting.
- 6) Menyusun urutan tingkat familiaritas
Cara ini mengembangkan teks dengan menyajikan hal-hal yang paling sederhana atau familiar terlebih dahulu, kemudian meningkat ke yang lebih kompleks.
- 7) Menyusun sumber-sumber yang digunakan
Metode ini cocok digunakan jika anda yakin pembaca sangat tertarik pada sumber informasinya.

8) Pemecahan masalah

Cara yang populer ini memahas masalah terlebih dahulu, kemudian diikuti dengan cara pemecahan masalahnya. Cara ini digunakan untuk mengorganisasikan suatu presentasi yang bersifat persuasi.

BAB 11

Menulis Laporan Singkat

A. Pendahuluan

Di dalam dunia bisnis, kegiatan presentasi bagr dan sas berbagai peristiwa penting seperti pengajuan usulan proyek-proyek baru, pengembangan produk baru, perluasan bukanlah hal baru dan sebagainya bukanlah hal baru .Presentasi bisnis yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi lembaga atau institusi yang melakukan presentasi. Oleh karena itu ,dalam melakukan presentasi bisnis harus dilakukan persiapan secara matang sehingga tujuan presentasi bisnis yang efektif dan efisien dapat tercapai.

Masalah yang kemungkinan terjadi pada penulisan laporan formal pada beberapa aspek yang biasanya muncul yaitu kurangnya mengetahui tentang kegunaan laporan formal, perencanaan pembuatan laporan formal, dan penulisan bagian pada laporan formal. Kurangnya pengetahuan tersebut menjadi pemicu bagi pembuatan laporan formal yang hasilnya tidak baik atau kurang maksimum. Maka pentinglah bagi kita seorang akuntan mengetahui dasar-dasar penulisan laporan formal dan teorinya.

B. Pengertian Laporan Singkat

Laporan adalah suatu cara komunikasi dimana penulis menyampaikan informasi kepada seseorang atau suatu badan karena tanggung jawab yang dibebankan kepadanya. Karena laporan yang dimaksud sering mengambil bentuk tertulis, maka dapat pula dikatakan bahwa laporan merupakan suatu macam dokumen yang menyampaikan informasi mengenai sebuah masalah yang telah atau tengah diselidiki, dalam bentuk fakta-fakta yang diarahkan kepada pemikiran dan tindakan yang akan diambil. Dalam laporan yang ditulisnya hanya menyampaikan hal-hal yang pokok yang bertalian dengan tugasnya, sehingga orang yang menerima laporan itu segera mengetahui masalahnya, dan dapat segera mengambil langkah-langkah yang diperlukan.

Laporan singkat sering juga disebut dengan laporan informal mempunyai beberapa karakteristik yang membedakan dengan laporan yang lebih formal, antara lain dapat dilihat dari panjangnya laporan yang relatif lebih pendek. Penyusunan suatu laporan informal mencakup: panjang, gaya, format dan pengorganisasian laporan. Laporan singkat sering menggunakan bentuk memo dan surat, sedangkan laporan yang lebih formal seringkali menggunakan manuskrip.

Laporan singkat dapat digunakan untuk tujuan informasional dan analitikal. Laporan yang bersifat informasional bertujuan memberikan informasi, sedangkan laporan analitikal disusun dengan menggunakan argumentasi secara logis atau kesimpulan dan rekomendasi

C. Karakteristik Laporan Singkat

Kebanyakan laporan singkat (short report) hanya mencakup materi pendukung yang relatif sedikit. Laporan singkat dapat berbentuk memo, maupun surat yang terdiri dari satu atau dua halaman laporan singkat. Laporan singkat dalam dunia bisnis umumnya tidak dilengkapi dengan preliminary parts, seperti lembar halaman judul, surat pengantar, daftar isi, dan rangkuman atau abstraksi. Oleh karena laporan singkat hanya terdiri dari satu atau dua lembar saja, maka lebih menekankan pada tubuh laporan (body reports), yang mencakup pembuka, hasil temuan, bahasan dan bagian penutup.

Laporan singkat (short report) hanya mencakup materi pendukung yang relative sedikit bagi pencapaian komunikasi yang efektif. Laporan singkat itu sendiri dapat berbentuk memo ataupun surat yang terdiri atas satu atau dua halaman.

Laporan singkat mencakup beberapa elemen penting dalam suatu laporan formal, antara lain:

1. Gaya penulisan pribadi yang menggunakan gaya penulisan orang pertama atau kedua.
2. Grafik untuk lebih menekankan tulisan.
3. Judul dan sub-sub judul dalam tubuh laporan.
4. Format memo atau surat. (Djoko Purwanto, 2006:52)

D. Bentuk-Bentuk Laporan Singkat

1. Laporan Pendek

Terdapat beberapa format laporan pendek, yaitu:

a. Preprinted

Bentuk sebelum dicetak (preprinted) pada dasarnya untuk mengisi laporan yang kosong. Kebanyakan laporan relatif pendek, bisa kurang dari lima halaman dan berkaitan dengan

informasi rutin. Contohnya, laporan otoritas dapat menggunakan format preprinted tersebut.

b. Surat

Format surat biasanya ditujukan kepada pihak eksternal organisasi, biasanya memiliki jumlah kurang dari lima halaman. Laporan tersebut mencakup semua bagian surat, tetapi mereka juga mempunyai judul, catatan kaki, tabel dan gambar.

c. Memo

Memo merupakan format yang paling umum untuk laporan singkat atau laporan informal yang digunakan untuk pihak internal organisasi. Dalam sebuah memo mencakup: kepala memo, tanggal, kepada (penerima), dari (penulis), subjek atau hal, dan isi memo.

d. Manuskrip

Laporan yang memiliki beberapa halaman sampai ratusan halaman memerlukan suatu pendekatan formal. Oleh karena panjangnya, format manuskrip memerlukan lebih banyak komponen lebih banyak komponen baik sebelum teks maupun setelah teks.

2. Laporan Panjang

Untuk suatu laporan yang memiliki beberapa halaman sampai ratusan halaman, memerlukan suatu pendekatan formal. Salah satu bentuk laporan yang sering digunakan adalah manuskrip. Oleh karena panjangnya suatu laporan, format manuskrip memerlukan lebih banyak komponen, baik komponen sebelum teks (prefatory parts) atau komponen tambahan setelah teks (supplementary parts). Panjang laporan yang anda buat sangat tergantung kepada subjek dan tujuan laporan, juga dipengaruhi oleh hubungan anda dengan pembaca. Laporan singkat lebih banyak dilakukan dalam bisnis daripada laporan panjang.

E. Merencanakan Laporan Singkat

Dalam merencanakan suatu laporan singkat, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain: pihak penerima, tujuan, dan subjek laporan. Masing-masing elemen tersebut akan mempengaruhi format dan panjangnya, gaya, dan organisasi laporan. Untuk suatu laporan status secara berkala, anda dapat mengikuti suatu format standar yang memungkinkan pembaca dapat membandingkan hasil dari suatu laporan dengan laporan lainnya.

Perencanaan laporan singkat dalam penentuan format dan panjang laporan umumnya, dalam berbicara Anda kurang memiliki fleksibilitas terhadap format dan panjangnya suatu laporan. Pembaca sebaiknya tahu tujuan penulis laporan sehingga mereka dapat menentukan apa yang ingin mereka inginkan, berkaitan dengan materi yang diajukan, dan format penyajian seperti apa yang mereka inginkan.

F. Mengorganisasikan Laporan Singkat

1. Pengorganisasian Memo dan Laporan Informasional

Suatu laporan informasional mempunyai tujuan dasar, yaitu menjelaskan sesuatu dengan dengan istilah yang tegas. Laporan informasional yang banyak digunakan dalam dunia bisnis mencakup: laporan pemantauan, dan operasi pengendalian, pernyataan prosedur dan kebijaksanaan, laporan aktifitas personal, dan laporan dokumentasi kerja klien.

Dalam menulis laporan informasional, anda dapat menyampaikannya secara langsung. Informasi harus disajikan secara logis dan akurat, sehingga pembaca akan mengerti dengan tepat apa yang dimaksud dan dapat menggunakan informasi dalam suatu cara yang praktis. Beberapa laporan informasional terdiri dari: laporan periodik (berkala) maupun laporan aktivitas personal.

2. Laporan Periodik

Laporan berkala atau laporan periodik dibuat dalam jangka waktu tertentu, yang dapat berbentuk formulir-formulir isian atau dalam bentuk memorandum kemudian disempurnakan sehingga dapat diperoleh bentuk yang lebih kompleks berupa laporan tahunan.

Laporan periodik adalah laporan internal yang menjelaskan apa yang terjadi dalam suatu departemen atau divisi dalam suatu periode tertentu. Laporan periodik biasanya tertulis dalam bentuk format memo dan tidak terlalu banyak deskripsi dalam suatu pendahuluan, karena biasanya subjek dalam memo sudah cukup memadai sebagai pengganti pendahuluan. Kebanyakan laporan disusun dengan urutan berikut:

- a. Peninjauan atas tanggungjawab rutin
- b. Diskusi/pembahasan proyek khusus
- c. Rencana periode yang akan datang
- d. Analisis masalah

Laporan periodik ini juga disebut laporan yang ditulis dalam suatu periode tertentu dan dinamai sesuai periodenya pula. Contoh: Laporan harian, Mingguan, Bulanan dan seterusnya. (Sutrisna

Dewi, 2007:28)

LAMPIRAN

JENIS-JENIS LAPORAN BERKALA YANG WAJIB DISAMPAIKAN OLEH DANA PENSUN DI TAHUN 2009
Berdasarkan urutan batas akhir penyampaian

No	Jenis Laporan	Periode	Tanggal Batas Akhir Penyampaian	Keterangan
A	Laporan Keuangan Semester II Th. 2008	1 July s.d 31 Desember 2008	28 Februari 2009	<ul style="list-style-type: none"> • Dasar Hukum: SKM 509/2002 tentang Laporan Keuangan Dana Pensiun. • Wajib bagi semua DPRK dan DPLK • Laporan harus asli dan wajib diandatangani oleh Pengurus. • Laporan wajib disampaikan dalam bentuk hardcopy dan data digital yang telah disediakan oleh Biro Dana Pensiun. • Laporan terdiri atas laporan aktiva bersih, laporan perubahan aktiva bersih, neraca, laporan hasil usaha, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan.
B	Laporan Investasi Tahunan Th. 2008	1 Januari s.d 31 Desember 2008	28 Februari 2009	<ul style="list-style-type: none"> • Dasar Hukum: PMK 189/2008 tentang Investasi Dana Pensiun. • Wajib bagi DPRK yang selama tahun buku hanya memiliki jenis investasi deposito berjangka, deposito on call, sertifikat deposito, SB, dan/atau surat berharga pemerintah dan pada akhir tahun buku total investasinya kurang dari Rp100milyar. • Laporan harus asli dan wajib diandatangani oleh Pengurus. • Ketentuan lainnya: <ul style="list-style-type: none"> - Jika DPRK tersebut di atas bermaksud menyampaikan laporan investasi tahunan audit, maka pengurus Dana Pensiun wajib memberitahukan secara tertulis kepada Kepala Biro Dana Pensiun, paling lama 2 (dua) bulan sejak akhir tahun buku.

Gambar 11.1 Laporan Periodik

3. Laporan Aktivitas Personal

Suatu laporan aktifitas personal berisi suatu deskripsi individual terhadap apa yang terjadi selama konferensi, konvensi, atau dalam perjalanan. Ini dimaksudkan untuk menginformasikan kepada manajemen terhadap setiap informasi penting atau keputusan yang muncul. Laporan aktivitas personal seringkali ditulis dalam format memo dan disusun dalam format secara kronologis.

G. Pengorganisasian Laporan Analitikal

Laporan analitikan berbeda dengan laporan informasional dalam hal penentuan tujuan. Laporan informasional tujuan utamanya adalah untuk mendidik penerima, sedangkan laporan analitikal dirancang untuk melakukan persuasi kepada pembaca untuk menerima suatu kesimpulan atau rekomendasi. Yang termasuk laporan analitikal diantaranya: laporan justifikasi, laporan usulan klien, dan laporan pemecahan masalah. Dalam laporan analitikal informasi memainkan peranan yang penting. Laporan analitikal umumnya ditulis untuk memberikan tanggapan terhadap munculnya kondisi-kondisi tertentu yang terjadi dalam suatu organisasi. Apapun jenis laporan analitikal anda, anda harus menyusun ide-ide yang memungkinkan pembaca yakin terhadap pemikiran anda tersebut. Laporan analitikal terdiri dari:

1. Laporan Justifikasi

Laporan-laporan justifikasi adalah usulan internal yang digunakan untuk melakukan persuasi kepada manajemen puncak untuk menyetujui suatu investasi atau proyek tertentu. Bila penerima ingin mengetahui tindakan apa yang perlu diambil maka anda dapat menggunakan rekomendasi sebagai poin utamanya.

2. Usulan Bisnis Baru

Usulan bisnis baru diluar klien yang ada sekarang dimaksudkan untuk memperoleh produk, atau proyek baru yang diterima oleh bisnis diluar klien yang ada.

3. Laporan Pemecahan Masalah

Jika terjadi suatu masalah maka anda perlu melakukan suatu investigasi dan mencari jalan pemecahannya. Suatu laporan pemecahan masalah adalah suatu dokumen yang berorientasi kepada keputusan yang disusun untuk kepentingan manajemen puncak. Bila anda ingin agar penerima berkonsentrasi pada mengapa ide-ide anda mudah dimengerti, maka anda perlu membuktikan argumen yang logis dalam laporan yang anda buat.

Poin utama dalam outline anda berkaitan dengan alasan-alasan yang mendasari kesimpulan dan rekomendasi anda. Masing-masing alasan perlu didukung oleh bukti-bukti yang telah anda temukan selama melakukan analisis. Yang terpenting anda memilih struktur yang sesuai dengan suatu proses yang anda gunakan untuk memecahkan masalah.

H. Penentuan Struktur Dasar

Ada tiga masalah yang muncul dalam menentukan struktur dasar, yaitu:

1. Informasi apa yang seharusnya dimasukan? Apakah semua data atau ada data yang dieliminasi?
2. Pendekatan psikologis apa yang sesuai dengan pembaca tertentu? Apakah direct order atau indirect order?
3. Metode apa yang akan anda gunakan agar materinya jelas dan meyakinkan? Menggunakan pengorganisasian suatu topic atas dasar tingkat pentingnya, urutan, kronologis, lokasi, kategori ataukah mengorganisasikan suatu ide menurut argument yang logis?

Daftar Pustaka

- Abdul, Chaer, dkk. 2004. *Sosiolinguistik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Abidin, Yunus, dkk. 2010. *Kemampuan Berbahasa Indonesia di Perguruan Tinggi*. Bandung: CV Maulana Media Grafik.
- Adler, Ronald B and Jeanne M. Elmhorst. 1996. *Communication at Work: Principles and practices for Business and Professions Fifth Edition*. New York: McGrawH-Hill.
- Bimo, Walgito S. *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: ANDI.
- Cangara, Hafidz. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo Rosdakarya.
- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Curtis, dan B. James J. Floyd and Jerry L. Winsor. 1996. *Business and Professional Communication (Terjemahan)*. Jakarta: PT. Rosda Jayaputra
- Daryanto. 2010. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Satu Nusa.
- Deddy, Mulyana. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Denzin, N.K. dan Yvonna S.L. 2009. *Handbook of Qualitative Research. Diterjemahkan oleh Darioyatno*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Departement Pendidikan Nasional. 2003. *Kamus Besar Bahasa*

Indonesia. Edisi 3. Jakarta: Penerbit Balai Pustaka.

DeVito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antarmanusia Edisi ke-5.* Penerj. Agus Maulana. Jakarta: Professional Books.

Djoko Purwanto. 2006. *Komunikasi Bisnis.* Jakarta: Erlangga.

Fisher, B Audrey dan Katherine L. Adams. 1994. *Interpersonal Communication: Pragmatics of Human Relationships.* New York: McGraw-Hill.

Goodcare, Phillip dan Jennifer Follers. 1987. *Communicating across Cultures.* Wentworth, NSW: Social Science Press.

Hamad, Ibnu. 2006. *Communication as Discourse.* Makalah. Jakarta: Tahun 2006.

Jalaludin Rahmat. 2008. *Psikologi Komunikasi.* Bandung: PT.Rosdakarya.

KBBI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI), (online) 2017.

M. Hardjana, Agus. 2003. *Komunikasi Intra Personal dan Interpersonal.* Yogyakarta: Kanisius

Masnur, Muslich. 2010. *Bahasa Indonesia pada Era Globalisasi.* Jakarta: PT Bumi Aksara.

Moleong, L.J. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Cetakan ke-26.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Morissan. 2013. *Teori Komunikasi.* Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Mulyana, D. 2001. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar.* Bandung: Rosda.

Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.* Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.* Bandung: Rosda.

- Mulyana. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Purwanto, Djoko. 2006. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Purwanto, Djoko. 2007. *Korespondensi Bisnis Modern*. Jakarta: Erlangga.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi 4*. Jakarta: Gramedia Pustaka Jaya.
- Radford, Gary. 2005. *On The Philosophy of Communication*. Wadsworth, Belmont.
- Rama, Dasaratha V. & Frederick L. Jones. 2008. *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Rich, Andrea L. 1974. *Interracial Communication*. New York: Harper & Row.
- Ruġtan, Ahmad Sutra, dkk. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sanapiah Faisal. 1982. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: PT. Usaha Nasional.
- Santoso, Puji, dkk. 2004. *Materi dan Pembelajaran BI SD*. Jakarta: Pusat Penerbitan UI.
- Sereno, Kenneth K dan Edward M. Bodaken. 1975. *Trans-Per Understanding Human Communication*. Boston: Houghton-Mifflin.
- Subagyo, P. Joko. 2011. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik Cetakan Keenam*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT Buku Kita.
- Sutrisna, Dewi. 2007. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi.

- T. Wood, Julia. 2009. *Communication in Our Lives*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Verderber, Rudolph F. 1978. *Communicate!* Belmont California: Wadsworth.
- Wenburg, John R dan William W. Wilmot. 1973. *The Personal Communication Process*. New York: John Wiley & Sons.
- Wešť, Richard, dkk. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- William. 1993. *Komunikasi Timbal Balik*. Semarang: Dhara Prize.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Yuwon, Untung, dkk. 2009. *Pesona Bahasa Langkah Awal Memahami Linguistik*. Jakarta: Gramedian Pustaka Utama.
- Pieter, Siwon. “Komunikasi Bisnis Perencanaan Laporan Bisnis”. 31 Oktober 2017. <http://siwonpieter.wordpress.com/komunikasi-bisnis-perencanaan-laporan-bisnis>
- <http://jurusankomunikasi.blogspot.co.id/2009/03/model-komunikasi-menurut-paraahli.html>, diakses tanggal 11 Desember 2017
- <https://jurnalistiknuaink.wordpress.com/2011/09/27/model-model-komunikasi>, diakses tanggal 13 Desember 2017
- <https://sumberrbelajar.files.wordpress.com/2013/09/prinsipprinsipkomunikasi.pdf> diakses tanggal 9 Desember 2017

Tentang Penulis



Dra. Rr. Ponco Dewi Karyaningsih, M.M. lahir di Jakarta pada 3 April 1959. Mengenyam jenjang pendidikan Strata 1 (S1) di Jurusan Bisnis & Vocational, FPIPS Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP) Jakarta (Sekarang menjadi Universitas Negeri Jakarta) tahun 1978-1982. Selanjutnya jenjang S2 ditempuh di IPWI Jakarta Jurusan Manajemen.

Dra. Rr. Ponco Dewi Karyaningsih, M.M. diangkat menjadi dosen PNS di IKIP Jakarta dan Universitas Indonesia pada tahun 1984. Dra. Rr. Ponco Dewi Karyaningsih, M.M. saat ini menjadi dosen tetap di Prodi Administrasi Perkantoran (AP-S1) Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Selain aktif menulis artikel di jurnal nasional, beliau juga mengampu beberapa matakuliah penting di antaranya: (1) Sistem Analisa Administrasi; (2) Kesekretarisan; (3) Kearsipan; (4) Manajemen; (5) Ilmu Komunikasi dan (6) Korespondensi Bahasa Indonesia.