



# KOMUNIKASI ANTARMANUSIA

*Edisi 1*



Dr. Samsinar S., M.Hum.  
A. Nur Aisyah Rusnali, S.Sos., M.I.Kom.

**Dr. Samsinar S., M.Hum.  
A.Nur Aisyah Rusnali, S.Sos., M.I.Kom.**



---

**KOMUNIKASI ANTARMANUSIA : KOMUNIKASI  
INTRAPRIBADI, ANTARPRIBADI,  
KELOMPOK/ORGANISASI**

---



**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)  
WATAMPONE  
2017**

**KOMUNIKASI ANTARMANUSIA;  
KOMUNIKASI INTRAPRIBADI, ANTARPRIBADI,  
KELOMPOK/ORGANISASI**

**Edisi 1**

Copyright Penulis 2017

Penulis : Dr. Samsinar, M.Hum.

A.Nur Aisyah Rusnali, S.Sos., M.I.Kom

Editor : Dr. Hermansyah, M.I.Kom.

Cover & Layout : Muh. Arif Ridha, S.Kom., M.I.Kom

xvi + 200, 16 x 23 cm

Cetakan I : 2017

ISBN: 978-602-5574-79-5

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang memperbanyak seluruh atau sebagian isi buku ini tanpa izin  
tertulis penerbit



## UCAPAN TERIMA KASIH

*Penulis menyampaikan terima kasih kepada banyak pihak yang telah terlibat  
dalam penulisan dan penerbitan buku ini*



## SAMBUTAN KETUA JURUSAN DAKWAH, KOMUNIKASI DAN USHULUDDIN STAIN WATAMPONE

**Assalamu Alaikum Wr. Wb.**

Salah satu langkah yang dilakukan oleh STAIN Watampone dalam mengembangkan Tri Dharma Perguruan Tinggi bagi dosen STAIN Watampone yaitu melakukan penelitian dan penyusunan buku dasar untuk pengembangan program studi di lingkungan Jurusan Dakwah, Komunikasi dan Ushuluddin STAIN Watampone. Khusus untuk Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam diamanahkan untuk menyusun buku dasar yang berbasis Prodi. Salah satu di antaranya adalah buku dasar tentang *Komunikasi Antarmanusia: Komunikasi Intrapribadi, Antarpribadi, Kelompok/Organisasi*.

Komunikasi merupakan sebuah kebutuhan dan menjadi sarana yang penting dalam mengetahui diri, dan mengetahui orang lain. Siapa diri kita dan bagaimana cara kita berinteraksi dengan orang lain akan ditemukan melalui komunikasi. Dengan kita berkomunikasi, maka kita akan memahami diri dan orang lain sehingga kita dapat mengembangkan konsep diri dalam bermasyarakat dan mengembangkan konsep bersama di lingkungan sosial.

Buku ini hadir untuk memberi kontribusi penting yang dapat melahirkan inspirasi-inspirasi dan kesadaran baru dalam rangka pengembangan keilmuan dan pengembangan keahlian dalam bidang komunikasi bagi para civitas akademika terutama bagi dosen dan mahasiswa komunikasi. Buku ini juga dapat menjadi rujukan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk memandu mereka memperoleh gambaran konkret

tentang bagaimana berkomunikasi secara interpersonal, kelompok atau organisasi.

Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa komunikasi dan dosen yang dapat dipakai sebagai bahan ajar pada matakuliah komunikasi antarmanusia. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih kepada penulis yang telah menyumbangkan ide dan buah pikirannya melalui buku dasar ini. Mudah-mudahan apa yang telah ditulis dapat bermanfaat dan berberkah bagi para pembaca. Amin.

**Wassalamu 'Alaikum Wr. Wb.**

Watampone, November 2017

**Dr. Ruslan S, M.Ag.**

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah swt. yang telah memberikan kenikmatan kesehatan dan kesempatan sehingga buku daras ini dapat terwujud. Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada Rasulullah saw., seluruh keluarganya, para sahabatnya dan orang-orang yang mengikutinya.

Buku daras Komunikasi Antarmanusia Jilid I ini dipersembahkan untuk digunakan oleh mahasiswa S1 pada Jurusan Dakwah, Komunikasi dan Ushuuddin Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan dapat dijadikan referensi serta bahan ajar dalam bidang komunikasi. Buku ini membahas tentang konsep dasar komunikasi, komunikasi intrapribadi, antarpribadi, verbal dan non verbal, kelompok dan organisasi.

Ucapan terima kasih kepada Ketua STAIN Watampone dalam program penulisan buku daras untuk pengembangan program studi di beberapa jurusan yang ada di STAIN Watampone, Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Dakwah, Komunikasi dan Ushuluddin STAIN Watampone yang telah merekomendasi kepada penulis untuk penulisan buku daras ini. Terima kasih juga kepada teman-teman dan para dosen di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam atas masukan dan referensi buku yang akan dipakai dalam penulisan buku daras ini, serta semua pihak yang terlibat dalam penulisan buku daras ini.

Akhirnya dengan segala keterbatasan waktu dan ilmu yang penulis miliki maka kritik dan saran dari para pembaca sangat diharapkan.

Wassalam.

Penulis





## DAFTAR ISI

**SAMBUTAN KETUA JURUSAN \_\_v**

**KATA PENGANTAR \_\_vii**

**DAFTAR ISI \_\_ix**

### **BAB I**

**KONSEP DASAR KOMUNIKASI ANTARMANUSIA \_\_1**

1.1. Hakikat Komunikasi Antar Manusia \_\_2

1.2. Komponen-Komponen Komunikasi Antar Manusia \_\_6

1.3. Tujuan Komunikasi Antar Manusia \_\_11

**LATIHAN \_\_13**

### **BAB II**

**KOMUNIKASI INTRAPRIBADI \_\_15**

2.1 Diri dalam Komunikasi \_\_16

2.2 Persepsi \_\_27

2.3 Mendengarkan \_\_32

**LATIHAN \_\_36**

### **BAB III**

**INTERAKSI BAHASA DAN VERBAL \_\_37**

3.1 Bahasa sebagai Suatu Sistem Simbol dan Makna \_\_38

3.2 Hambatan dalam Interaksi Bahasa dan Verbal \_\_40

3.3 Prinsip-Prinsip Bahasa dan Interaksi Verbal \_\_43

3.4 Aspek Sosial Bahasa dan Interaksi Verbal \_\_46

**LATIHAN \_\_50**

### **BAB IV**

**KOMUNIKASI NON VERBAL \_\_51**

4.1 Pengertian, Fungsi dan Universal dari Komunikasi Non Verbal \_\_52

4.2 Komunikasi Tub' \_\_55

4.3 Ruang, Kewilayahan dan Komunikasi Sentuhan \_\_58

4.4 Parabahasa dan Waktu \_\_67

**LATIHAN \_\_69**

**BAB V**

**KOMUNIKASI DAN HUBUNGAN ANTARPRIBADI \_\_71**

5.1 Komunikasi, Hubungan dan Daya Tarik Antarpribadi \_\_72

5.2 Pengembangan dan Perusakan Hubungan \_\_86

5.3 Memperbaiki Komunikasi Antarpribadi dan Manajemen  
Konflik \_\_90

5.4 Wawancara \_\_97

**LATIHAN \_\_100**

**BAB VI**

**TEORI-TEORI KOMUNIKASI ANTARPRIBADI \_\_101**

6.1 Teori-teori Komunikasi Antarpribadi \_\_102

6.1.1 Teori Komunikasi Antarpribadi Terpusat Individu \_\_103

6.1.2 Teori Komunikasi Antarpribadi Terpusat Pada Interaksi  
atau Wacana \_\_109

6.1.3 Teori Komunikasi Antarpribadi Terpusat Pada  
Hubungan \_\_119

**LATIHAN \_\_126**

**BAB VII**

**KONSEP DASAR KOMUNIKASI PADA**

**KELOMPOK/ORGANISASI \_\_127**

7.1 Pengertian Komunikasi Kelompok/Organisasi \_\_128

7.2 Fungsi dan Gaya Komunikasi Kelompok/Organisasi \_\_129

**LATIHAN \_\_133**

**BAB VIII TEORI KOMUNIKASI KELOMPOK/ORGANISASI \_\_135**

8.1 Pengertian Teori \_\_136

8.2 Teori Komunikasi Kelompok/Organisasi \_\_138

**LATIHAN \_\_145**

## **BAB IX**

### **KOMUNIKASI INTERNAL DAN EKSTERNAL ORGANISASI, SERTA KEPEMIMPINAN DALAM ORGANISASI \_\_147**

9.1 Komunikasi Internal dan Eksternal Organisasi \_\_148

9.2 Kepemimpinan atau Managerial \_\_150

**LATIHAN \_\_156**

## **BAB X**

### **INOVASI ORGANISASI \_\_157**

10.1 Definisi Inovasi \_\_158

10.2 Proses Inovasi Organisasi \_\_158

10.3 Kepekaan Organisasi terhadap Inovasi \_\_159

10.4 Tujuan Inovasi Organisasi \_\_160

10.5 Keputusan Inovasi dalam Organisasi \_\_162

10.6 Tipe-Tipe Pengambilan Keputusan Inovasi  
Organisasi \_\_163

10.7 Elemen untuk Perubahan yang Sukses \_\_165

**LATIHAN \_\_166**

## **BAB XI**

### **BUDAYA DAN IKLIM ORGANISASI \_\_167**

11.1 Budaya Organisasi \_\_168

11.2 Iklim Organisasi \_\_173

**LATIHAN \_\_180**

## **BAB XII**

### **RESOLUSI KONFLIK DAN PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN \_\_181**

12.1 Resolusi Konflik \_\_182

12.2 Pengambilan Keputusan \_\_185

**LATIHAN \_\_189**

**DAFTAR PUSTAKA \_\_191**

**BIOGRAFI PENULIS \_\_195**



## PRAKATA

Komunikasi antarmanusia merupakan matakuliah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Matakuliah ini merupakan matakuliah dasar yang harus diketahui dan dipahami oleh mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang meliputi komunikasi Intrapribadi, Antarpribadi, kelompok dan organisasi, komunikasi antarbudaya, dan komunikasi massa.

Buku ini ditujukan kepada mahasiswa yang tidak memiliki dasar keilmuan tentang komunikasi. Bagi para mahasiswa yang akan memprogram matakuliah ini sebagai salah satu matakuliah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, buku ini akan memberikan dasar yang luas baik teori maupun keterampilan dalam bidang komunikasi. Bagi mereka yang akan mengambil matakuliah tambahan atau lanjutan atau yang akan mengambil jurusan komunikasi, buku ini akan memberikan dasar teoritis yang penting untuk studi lanjut tentang komunikasi.

Buku ini terdiri atas dua jilid. Jilid I terdiri dari Komunikasi Antarmanusia yang membahas tentang komunikasi intrapribadi, antarpribadi, kelompok dan organisasi, sementara Jilid II yaitu Komunikasi Antarmanusia II yang membahas tentang komunikasi antarbudaya dan Komunikasi Massa.



## SUSUNAN BUKU

Komunikasi antarmanusia I dibagi ke dalam lima bagian. Setiap bagian dimulai dengan memberikan gambaran singkat mengenai materi kuliah, pedoman mempelajari materi dan tujuan yang akan dicapai setelah pembelajaran. Tiga bagian pertama membahas tentang konsep-konsep dan prinsip-prinsip dasar yang berlaku untuk semua bentuk komunikasi, dan dua bagian lainnya difokuskan pada konteks atau bentuk-bentuk utama komunikasi antarmanusia.

Adapun ketiga bagian tersebut yaitu sebagai berikut :

1. Konsep Dasar
2. Bahasa dan Interaksi Verbal
3. Komunikasi Non Verbal

Selanjutnya, dua bagian berikutnya yaitu :

1. Komunikasi dan Hubungan Antar Pribadi
2. Komunikasi Kelompok dan Organisasi





# 01 | *Konsep Dasar Komunikasi Antarmanusia*

---

## **A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah**

Bab ini membahas mengenai hakekat, komponen dan tujuan komunikasi antarmanusia.

## **B. Pedoman Mempelajari Materi**

Pahami dengan jelas isi materi mengenai hakekat, komponen dan tujuan komunikasi antarmanusia.

## **C. Tujuan Pembelajaran**

Setelah menyelesaikan bab ini, mahasiswa diharapkan:

1. Mahasiswa dapat mengetahui hakekat komunikasi antarmanusia.
2. Mahasiswa dapat mengidentifikasi komponen-komponen yang ada dalam komunikasi antarmanusia.
3. Mahasiswa dapat menjelaskan tujuan komunikasi antarmanusia.

## **D. Materi Kuliah:**

### **1.1 Hakekat Komunikasi Antarmanusia**

Komunikasi merupakan pengetahuan dan keterampilan yang sangat penting dan berguna bagi setiap orang. Dengan berkomunikasi, seseorang dapat berkomunikasi intrapribadi atau berkomunikasi dengan diri sendiri, mengenal diri sendiri, meyakinkan diri sendiri mempersiapkan pesan-pesan yang akan disampaikan kepada orang lain, mengambil keputusan setelah dipertimbangkan dan menilai atau mengevaluasi diri sendiri. Selain komunikasi intrapribadi, juga seseorang dapat berkomunikasi antarpribadi yaitu berinteraksi dengan orang lain, menilai orang lain, dan mengungkapkan diri sendiri kepada orang lain. Dengan komunikasi ini maka seseorang dapat berkenalan dengan orang lain, memiliki sahabat, kekasih, dan mempererat tali silaturahmi dengan keluarga. Melalui komunikasi ini maka seseorang harus menjaga, memelihara, membina, dan boleh jaadi merusak dan memperbaiki hubungan pribadi yang telah terjalin.

Seseorang juga dapat berkomunikasi dengan kelompok dan organisasi. Dengan komunikasi ini, seseorang dapat memecahkan masalah, mengembangkan gagasan-gagasan baru, mendapatkan ide-ide baru dari orang lain, dan berbagi informasi atau pengetahuan dan pengalaman kepada orang lain. Melalui komunikasi ini, seseorang menjalin hubungan kerja baik di tempat kerja maupun di lingkungan sosial yang dapat dijalani dalam kelompok atau organisasi. Komunikasi ini akan membawa seseorang untuk bisa berpikir, bertindak, melalui arahan dan bimbingan dari orang lain untuk melakukan sesuatu, membeli sesuatu, membujuk orang lain, mengubah sikap orang lain untuk berbuat sesuatu. Berkomunikasi dengan orang lain tidak saja dilakukan dengan

cara menyampaikan secara langsung atau lisan tetapi juga ada kode atau simbol-simbol yang dapat dikategorikan sebagai komunikasi yang disebut dengan non verbal. Inilah yang akan dibahas dalam buku dasar ini. Komunikasi antarbudaya dan massa akan dibahas dalam komunikasi antarmanusia jilid II.

Untuk lebih jelasnya tentang komunikasi antarmanusia, maka penulis memberikan definisi komunikasi baik secara etimologi maupun terminology.

Secara etimologi, komunikasi berasal dari bahasa Inggris *communication* (noun) dan *communicate* (verb). Keduanya mempunyai arti sama yakni membuat sama (to make common). Secara rinci, *communication* (noun) berarti pertukaran symbol, pesan-pesan atau informasi yang sama, proses pertukaran diantara individu-individu melalui system symbol yang sama, seni untuk mengekspresikan gagasan, ilmu pengetahuan tentang pengiriman pesan. Sedangkan *communicate* berarti bertukar pikiran, perasaan, informasi, membuat mengerti, membuat sama, dan mempunyai hubungan yang simpatik.

Secara terminologi dikemukakan oleh para ahli yaitu sebagai berikut :

- a. Komunikasi dalam praktiknya akan selalu melibatkan yaitu adanya pesan sebagai alat untuk tukar menukar informasi, terciptanya kebersamaan antara komunikator (pengirim pesan) dengan komunikan (penerima pesan).<sup>1</sup>
- b. Komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih yang mengirimkan dan menerima pesan yang

---

<sup>1</sup>Nurudin, *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer* (Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 9.

terdistorsi oleh gangguan, terjadi dalam konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik.<sup>2</sup>

- c. Komunikasi dapat dilihat dari dua mazhab yaitu mazhab pertama melihat komunikasi sebagai transmisi pesan. Mazhab ini focus pada bagaimana pengirim dan penerima mengirimkan dan menerima pesan. Mazhab ini sangat memperhatikan hal-hal seperti efisiensi dan akurasi. Ia melihat komunikasi sebagai proses seseorang mempengaruhi perilaku atau cara berpikir orang lain. Jika efek yang muncul berbeda atau kurang dari yang diinginkan. Ia juga cenderung untuk berbicara dengan istilah-istilah tentang kegagalan komunikasi dan melihat berbagai tahapan dalam proses komunikasi untuk menemukan kegagalan yang terjadi dalam berkomunikasi. Mazhab kedua melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Mazhab ini focus pada bagaimana pesan atau teks, berinteraksi dengan manusia dalam rangka untuk memproduksi makna, artinya pandangan ini sangat memerhatikan peran teks dalam budaya seseorang. Mazhab ini menggunakan istilah seperti signifikansi atau pemaknaan, dan tidak menganggap kesalahpahaman sebagai bukti penting dari kegagalan komunikasi, kesalahpahaman komunikasi mungkin merupakan hasil dari perbedaan-perbedaan budaya antara pengirim dan penerima.<sup>3</sup> Jadi mazhab pertama

---

<sup>2</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia* (Jakarta: Professional Books, 1997), h. 23.

<sup>3</sup>John Fiske, *Introduction to Communication Studies* diterjemahkan oleh Hapsari Dwiningtyas, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Cet. IV; Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 2-3.

melihat komunikasi sebagai proses, dan mazhab kedua melihat komunikasi sebagai kajian teks dan budaya.

- d. Komunikasi adalah alat pengiriman pesan-pesan perintah atau order dan lain-lain seperti telegraf, telepon, kurir, radio dan lain-lain.<sup>4</sup> Pengertian komunikasi disini lebih menekankan pada saluran, alat atau jalur.
- e. Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain, yang melibatkan lebih dari sekedar kata-kata yang digunakan dalam percakapan, ekspresi wajah, intonasi, titik putus local, dan sebagainya.<sup>5</sup>
- f. Komunikasi pada dasarnya penyampaian pesan yang disengaja dari sumber terhadap penerima dengan tujuan mempengaruhi tingkah laku pihak penerima.<sup>6</sup> Jadi komunikasi lebih fokus pada tujuan atau kesengajaan.

Dengan demikian komunikasi diartikan sebagai sebuah proses interaksi yang terjadi antara komunikator dan komunikan dalam penyampaian informasi atau pesan dengan menggunakan saluran tertentu untuk mencapai tujuan. Selanjutnya, komunikasi antarmanusia adalah proses komunikasi yang terjadi melalui intrapribadi, antarpribadi, kelompok kecil dan organisasi, publik, antar budaya, dan massa dalam lingkungan komunikasi baik

---

<sup>4</sup>American College Dictionary dalam Iswandi Saputra, *Ilmu Komunikasi: Tradisi, Perspektif dan Teori* (Cet. I; Yogyakarta: Calpulnis, 2016), h. 7

<sup>5</sup>Handoko dalam Ngalimun, *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Praktis* (Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2017), h. 20.

<sup>6</sup>Miller dalam Iswandi Saputra, *Ilmu Komunikasi: Tradisi, Perspektif dan Teori*, h. 8.

fisik, sosial-psikologis, maupun temporal yang terdistorsi oleh gangguan dan mempunyai pengaruh tertentu, dan terjadi umpan balik untuk mencapai tujuan tertentu.

## 1.2 Komponen-komponen dalam Komunikasi Antarmanusia

Ada beberapa komponen atau elemen-elemen yang ada pada setiap tindak komunikasi yaitu :

### a. Lingkungan

Lingkungan komunikasi memiliki tiga dimensi yaitu fisik, sosial-psikologis, dan temporal. Lingkungan fisik yaitu lingkungan nyata atau berwujud. Lingkungan fisik ini, apa pun bentuknya, mempunyai pengaruh tertentu atas kandungan pesan (apa yang disampaikan) dan bentuk pesannya (bagaimana menyampaikannya). Dimensi sosial-psikologis meliputi tata hubungan status diantara mereka yang terlibat, peran dan permainan yang dijalankan orang, serta aturan budaya masyarakat tempat mereka berkomunikasi. Dimensi temporal mencakup waktu dalam sehari atau waktu dalam hitungan sejarah tempat komunikasi berlangsung. Ketiga dimensi ini saling berinteraksi, masing-masing mempengaruhi dan dipengaruhi oleh yang lain.<sup>7</sup>

### b. Sumber-Penerima

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

---

<sup>7</sup> Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia*, h. 24-26.

c. Pesan

Pesan didefinisikan segala sesuatu (verbal atau nonverbal) yang disampaikan komunikator kepada penerima pesan. Pesan juga disebut sebagai *message*, *content*, informasi atau isi yang disampaikan komunikator kepada penerima pesan.<sup>8</sup> Pesan adalah produk utama komunikasi. Pesan berupa lambang-lambang yang menjalankan idea tau gagasan, sikap, perasaan, praktik atau tindakan. Pesan bias berbentuk kata-kata tertulis, lisan, gambar-gambar, angka-angka, benda, gerak-gerik atau tingkah laku dan berbagai bentuk tanda-tanda lainnya.<sup>9</sup>

d. Saluran

Saluran komunikasi adalah media yang dilalui pesan. Komunikasi biasanya berlangsung tidak hanya melalui satu saluran, akan tetapi boleh jadi dua, tiga atau empat saluran yang berbeda secara simultan. Contoh, dalam interaksi tatap muka seseorang berbicara dan mendengarkan (saluran suara), memberi isyarat tubuh, menerima isyarat secara visual (saluran visual), memancarkan dan mencium bau-bauan (saluran olfaktori), sering juga saling menyentuh (saluran taktil).<sup>10</sup> Semua ini merupakan saluran dalam berkomunikasi.

---

<sup>8</sup>Nurudin, *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*, h. 47

<sup>9</sup>Ngalimun, *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Praktis*, h. 40.

<sup>10</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia*, h. 28



e. Gangguan

Gangguan (noise) adalah gangguan dalam komunikasi yang mendistorsi pesan. Gangguan menghalangi penerima dalam menerima pesan dan sumber dalam mengirimkan pesan. Gangguan ini ada dalam suatu sistem komunikasi bila ini membuat pesan yang disampaikan berbeda dengan pesan yang diterima. Gangguan ini dapat berupa gangguan fisik (ada orang lain berbicara), psikologis (pemikiran yang sudah ada di kepala), atau semantik (salah mengartikan makna). Gangguan ini tak terhindarkan. Semua komunikasi mengandung gangguan dan dampaknya. Agar tidak terjadi gangguan dalam berkomunikasi maka sebaiknya dalam berkomunikasi menggunakan bahasa yang lebih jelas dan akurat, mempelajari keterampilan mengirim dan menerima pesan nonverbal, meningkatkan keterampilan mendengarkan dan menerima, mengirimkan umpan balik,<sup>11</sup> serta menggunakan media tertentu dalam berkomunikasi. Ini adalah cara yang bisa dilakukan untuk tidak terjadinya gangguan dalam berkomunikasi.

f. Proses Penyampaian/*Encoding* dan proses Penerimaan/*Decoding*

Sama halnya sumber-penerima, encoding dan decoding sebagai satu kesatuan yang tak terpisahkan untuk menegaskan bahwa seseorang menjalankan fungsi-fungsi ini secara simultan. Ada yang menjadi pembicara (encoding) dan ada yang menyerap

---

<sup>11</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia*, h. 28-29.

tanggapan dari pembicara yang disebut pendengar (decoding)

g. Umpan Balik dan Umpan Maju

Umpan balik yaitu tanggapan dari penerimaan pesan atas isi pesan yang disampaikan.<sup>12</sup> Umpan balik merupakan informasi yang dikirimkan balik ke sumbernya. Umpan balik dapat berasal dari diri sendiri atau dari orang lain. Sedangkan umpan maju (feedforward) adalah informasi tentang pesan yang akan disampaikan.

Umpan balik memiliki fungsi utama dan tambahan. Fungsi utamanya adalah membantu komunikator untuk menyesuaikan pesan sesuai dengan kebutuhan dan respon dari penerima pesan. Sedangkan fungsi tambahannya adalah membantu penerima pesan untuk merasa dilibatkan dalam komunikasi.<sup>13</sup> Dengan adanya umpan balik dan umpan maju maka proses pengiriman pesan dapat lebih efisien.

h. Dampak

Komunikasi selalu mempunyai efek atau dampak atas satu atau lebih orang yang terlibat dalam tindak komunikasi. Pada setiap tindak komunikasi selalu ada konsekuensi.

i. Etika

Komunikasi mempunyai dampak. Oleh karena ada dampak maka akan ada etika. Komunikasi juga

---

<sup>12</sup>Bambang Tri R. Nugroho, *Alat Komunikasi* (Klaten: Sahabat, 2008), h. 3. Lihat juga Jamal Ma'mur Asmani, *Teknologi Informasi dan Komunikasi* (Cet. I; Yogyakarta: Diva Press, 2011), h. 105.

<sup>13</sup>John Fiske, *Introduction to Communication Studies* diterjemahkan oleh Hapsari Dwiningtyas, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 36.

mengandung konsekuensi, makanya ada aspek benar salah dalam setiap tindak komunikasi. Etika berkaitan dengan norma dan nilai-nilai moral yang menurut kodratnya bersifat umum, dan di pihak lain ada situasi khusus yang menurut kodratnya bersifat spesifik.. etika tidak hanya menyebut peraturan, pedoman, atau norma-norma yang seola-olah tidak pernah berubah, tetapi juga mempertanyakan secara kritis mengenai bagaimana manusia harus bertanggung jawab terhadap hasil teknologi mutakhir, terutama yang terbukti mempengaruhi moral bangsa.<sup>14</sup>

Dimensi etika dari komunikasi makin rumit karena etik begitu terkaitnya dengan falsafah hidup pribadi seseorang sehingga sukar untuk meyarankan pedoman yang berlaku bagi setiap orang. Meskipun rumit, pertimbangan etika tetaplah merupakan bagian integral dalam setiap tindak komunikasi. Keputusan yang diambil dalam hal komunikasi haruslah dipedomani oleh apa yang dianggap benar, di samping apa yang dianggap efektif.

Komunikasi dapat dikatakan etis jika memberi jaminan kebebasan untuk memilih dengan memberi kepada orang tersebut dasar pemilihan yang akurat. Sedangkan komunikasi tidak etis bila mengganggu kebebasan memilih seseorang dengan menghalangi orang tersebut untuk mendapatkan informasi yang relevan dalam menentukan pilihan.

Etika yang didasarkan atas kebebasan memilih memiliki persyaratan tertentu yaitu sudah cukup umur, berada dalam kondisi mental yang

---

<sup>14</sup>Wahyu Wibowo, *Konsep Tindak Tutur Komunikasi* (Cet. I; Jakarta: Bumi Aksara, 2015), h. 37-38.

memungkinkan mereka melaksanakan pilihan secara bebas, dan tidak menghalangi kebebasan memilih orang lain, dan tidak berada pada situasi lingkungan yang dapat membatasi kebebasan memilih.<sup>15</sup> Dengan demikian, ketika seseorang berkomunikasi maka perlu memperhatikan etika.

### 1.3 Tujuan Komunikasi Antarmanusia

Ada beberapa tujuan umum dalam berkomunikasi yaitu penemuan, pembinaan hubungan yang bermakna, persuasi dan bermain.<sup>16</sup> Adapun penjelasan tujuan komunikasi ini yaitu sebagai berikut :

a. Penemuan

Salah satu tujuan utama komunikasi adalah menyangkut penemuan diri (personal discovery). Bila seseorang berkomunikasi dengan orang lain, maka sebenarnya ia belajar mengenal dan mengetahui diri sendiri dan orang lain.

Cara lain dalam melakukan penemuan diri adalah melalui proses perbandingan social, kemampuan, prestasi, sikap, pendapat, nilai, dan kegagalan kita dengan orang lain. Dengan demikian, ketika kita mengevaluasi diri sendiri maka kita membandingkan diri dengan orang lain.

Dengan berkomunikasi, kita dapat memahami secara lebih baik diri sendiri dan diri orang lain yang diajak berkomunikasi. Selain penemuan diri, komunikasi juga

---

<sup>15</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia*, h. 29-30.

<sup>16</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia*, h. 31-32

memungkinkan untuk menemukan dunia luar, dunia yang dipenuhi obyek, peristiwa dan manusia lain. Masa sekarang, beragam media komunikasi muncul dan dijadikan sebagai alat untuk mendapatkan informasi tentang berbagai hal baik di bidang olahraga, kesehatan dan gizi, hiburan, pembangunan ekonomi, politik, sosial, agama dan lainnya.

b. Pembinaan Hubungan yang Bermakna

Komunikasi bertujuan untuk membina dan memelihara hubungan yang bermakna bagi orang lain. Seseorang menghabiskan waktu dan energy berkomunikasi demi untuk membina dan memelihara hubungan social. Seseorang dapat berkomunikasi dengan rekan kerja di kantor, berbincang-bincang dengan orang tua, anak, saudara, dan yang lainnya. Inilah tujuan seseorang berkomunikasi yaitu menjalin, membina dan memelihara hubungan yang baik diantara mereka.

c. Persuasi

Komunikasi berusaha untuk meyakinkan agar mengubah sikap dan perilaku baik untuk diri sendiri maupun untuk orang lain. Komunikasi dengan media massa, sebagian besar berusaha untuk mengubah sikap dan perilaku manusia. Media dapat hidup karena adanya dana dari iklan, yang diarahkan untuk mendorong seseorang membeli berbagai produk.

Ada banyak waktu seseorang melakukan persuasi antarpribadi, baik sebagai sumber maupun sebagai penerima. Ketika seseorang berjumpa dengan orang lain, ia berusaha mengubah sikap dan perilaku orang

lain. Ia berusaha mengajak mereka melakukan sesuatu dan sebagainya.

d. Bermain

Perilaku komunikasi lebih banyak untuk bermain dan menghibur diri dan orang lain. Hiburan merupakan tujuan akhir dan cara untuk mengikat perhatian orang lain sehingga seseorang dapat mencapai tujuan-tujuan lain.

Tujuan komunikasi bukan hanya apa yang dijelaskan di atas, masih banyak tujuan yang lain. Akan tetapi tujuan ini adalah tujuan secara umum dan utama. Komunikasi tidak hanya didorong oleh satu tujuan, akan tetapi didorong oleh kombinasi beberapa tujuan.

## *Latihan !*

1. Apa yang dimaksud dengan komunikasi antarmanusia?
2. Apa saja komponen-komponen yang ada dalam komunikasi antarmanusia!
3. Beri salah satu contoh gangguan yang terjadi dalam berkomunikasi, baik gangguan secara fisik, psikologis, dan semantik!
4. Jelaskan perbedaan komunikasi secara etis dan komunikasi tidak etis!
5. Sebutkan dan jelaskan tujuan utama dari komunikasi!



# 02 | *Komunikasi Intrapribadi*

---

## **A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah**

Bab ini membahas mengenai diri dalam komunikasi, persepsi dan mendengarkan.

## **B. Pedoman Mempelajari Materi**

Pahami dengan jelas isi materi mengenai diri dalam komunikasi, persepsi dan mendengarkan.

## **C. Tujuan Pembelajaran**

1. Mahasiswa dapat memahami tentang diri dalam komunikasi.
2. Mahasiswa dapat mengetahui persepsi.
3. Mahasiswa dapat menjelaskan tentang mendengarkan secara efektif.



## **Materi Kuliah:**

### **2.1 Diri dalam Komunikasi**

Salah satu komponen tindak komunikasi yang paling penting adalah diri (self). Siapa anda, bagaimana anda mempersiapkan diri sendiri dan orang lain akan mempengaruhi komunikasi anda dan tanggapan anda terhadap komunikasi orang lain. Komunikasi diri atau disebut komunikasi intrapribadi atau *intrapersonal communication* yaitu proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang, berupa pengolahan informasi melalui pancaindra dan sistem syaraf. Seseorang yang terlibat dalam komunikasi dengan diri sendiri ini memberi arti suatu obyek yang diamati atau terbetik dalam pikirannya.<sup>17</sup> Contoh berpikir, merenung, mendengarkan sesuatu, menggambar, menulis sesuatu, memahami sesuatu, dan lain-lain.

Ada dua aspek dalam diri yaitu kesadaran diri dan pengungkapan diri. Kedua aspek ini dapat dijelaskan berikut ini :

#### **a. Kesadaran Diri**

Kesadaran diri merupakan landasan bagi semua bentuk dan fungsi komunikasi. Kesadaran diri ini dapat di lihat melalui Jendela Johari (Johari Window). Jendela ini dibagi menjadi empat daerah yang masing-masing berisi diri yang berbeda. Keempat jendela itu adalah daerah terbuka, daerah tertutup, daerah buta dan daerah gelap.

Daerah terbuka (open self) berisikan semua informasi, perilaku, sikap, perasaan, keinginan,

---

<sup>17</sup>Nurudin, *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer* (Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 84.

motivasi, gagasan, dan sebagainya yang diketahui oleh diri sendiri dan oleh orang lain. Daerah terbuka masing-masing orang berbeda besarnya, tergantung pada siapa yang dia ajak berkomunikasi. Ada orang yang membuat kita nyaman dan mendukung kita, terhadap mereka kita membuka diri kita lebar-lebar.<sup>18</sup> Jadi, ketika kita membuka lebar daerah terbuka maka komunikasi yang akan terjalin akan lebih baik. Begitu pula sebaliknya, ketika daerah terbuka semakin kecil maka komunikasi makin buruk.

Daerah buta (*blind self*) berisikan informasi tentang diri kita yang diketahui orang lain tetapi kita sendiri tidak mengetahuinya. Ini dapat berupa kebiasaan-kebiasaan kecil seperti menggaruk-garuk kepala ketika lagi marah, atau haal-hal yang lebih berarti seperti sikap *defensive*, atau pengalaman terpendam. Komunikasi menuntut keterbukaan pihak-pihak yang terlibat, bila ada daerah buta maka komunikasi akan sulit. Akan tetapi daerah ini akan selalu ada walaupun kita berusaha menghilangkannya.

Daerah gelap (*unknown self*) adalah bagian dari diri kita yang tidak diketahui oleh diri sendiri dan orang lain. Ini adalah informasi yang tenggelam di alam bawah sadar atau sesuatu yang luput dari perhatian. Daerah ini akan terungkap melalui perubahan temporer akibat minum obat, kondisi

---

<sup>18</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia* (Jakarta: Professional Books, 1997), h. 57.

eksperimen khusus seperti hipnotis atau deprivasi sensoris atau melalui berbagai tes proyektif atau mimpi. Daerah ini akan tereksplorasi melalui interaksi yang terbuka, jujur, dan empatik dengan rasa saling percaya dengan orang lain. Cara ini yang efektif dapat mengetahui daerah ini.

Daerah tertutup (Hidden Self) merupakan semua hal yang diketahui oleh diri sendiri dan orang lain, akan tetapi anda simpan hanya untuk anda sendiri. Ini adalah daerah tempat untuk merahasiakan segala sesuatu tentang diri sendiri dan tentang orang lain. Pada daerah ini, ada orang yang terlalu terbuka atau overdiscloser dan ada yang terlalu tertutup atau underdisclosers. Mereka yang terlalu terbuka menceritakan segalanya. Mereka yang terlalu tertutup tidak mau mengatakan apa-apa. Kebanyakan dari kita berada diantara kedua ekstrim ini. Kita merahasiakan hal-hal tertentu dan kita membuka hal-hal lain. Kita terbuka kepada orang-orang tertentu dan kita tidak terbuka kepada orang lain. Oleh karena itu, kita merupakan orang-orang terbuka yang selektif.

Untuk lebih mengetahui Jendela Johari, maka dapat di lihat gambar berikut ini :

**Gambar 2.1**  
Jendela Johari (Johari Window)

	Mengenal Diri	Tidak Mengenal Diri
Diketahui Orang Lain	Daerah Terbuka	Daerah Buta
Tidak Diketahui Orang Lain	Daerah Tertutup	Daerah Gelap

Ada beberapa cara untuk menumbuhkan kesadaran diri yaitu berdialog dengan diri sendiri, mendengarkan atau umpan balik yang diberikan orang lain kepada kita diperlukan untuk meningkatkan kesadaran diri, mengurangi daerah buta, mengamati diri yang berbeda-beda atau pentingnya melihat diri melalui kaca mata orang lain, dan memperluas daerah terbuka. Dengan memperluas daerah terbuka akan meningkatkan kesempatan untuk mengembangkan dialog yang bermakna dan akrab. Melalui interaksi ini, seseorang akan mengenal dirinya sendiri dengan sebaik-baiknya.

## **b. Pengungkapan Diri**

Pengungkapan diri adalah jenis komunikasi. Pernyataan-pernyataan tak disengaja yang menyangkut diri kita, gerakan non verbal yang tidak disadari, dan pengakuan terbuka semuanya dapat digolongkan ke dalam komunikasi pengungkapan diri. Ada beberapa hakekat pengungkapan diri yaitu :

- 1) Pengungkapan diri juga digunakan untuk mengacu pada pengungkapan informasi secara sadar.
- 2) Pengungkapan diri adalah suatu informasi yang sebelumnya tidak diketahui oleh orang lain. Informasi ini adalah pengetahuan baru. Agar pengungkapan diri terjadi, suatu pengetahuan baru harus dikomunikasikan.
- 3) Pengungkapan diri adalah informasi tentang diri sendiri, tentang pikiran, perasaan, dan perilaku seseorang atau tentang orang lain yang sangat dekat yang dipikirkannya. Jadi pengungkapan diri dapat diartikan sebagai tindakan anda sendiri atau tindakan orang yang terdekat dengan anda karena mereka mempunyai hubungan langsung dengan anda
- 4) Pengungkapan diri menyangkut informasi yang biasanya dan secara aktif disembunyikan. Informasi ini biasanya tidak diungkapkan dan berusaha agar tetap tidak diketahui orang lain atau tetap terjaga kerahasiaannya
- 5) Pengungkapan diri melibatkan sedikitnya satu orang lain. Agar menjadi pengungkapan diri, informasi harus diterima dan dimengerti oleh orang lain.

Jadi pengungkapan diri yaitu suatu informasi dan tindakan yang diungkapkan (verbal) atau tidak diungkapkan (non

verbal) kepada orang lain. Agar pengungkapan diri berjalan dengan lancar, maka ada beberapa faktor yang mempengaruhinya yaitu :

1) Besarnya kelompok

Pengungkapan diri lebih banyak terjadi dalam kelompok kecil atau kelompok yang terdiri atas dua orang. Satu orang mengungkapkan diri dan satu orang mendengarkan apa yang diungkapkan. Dengan satu pendengar ini, pihak yang melakukan pengungkapan diri dapat meresapi tanggapan dengan cermat. Dengan dukungan atau tanpa dukungan, orang dapat memantau pengungkapan diri ini, meneruskannya jika situasinya mendukung dan menghentikannya jika situasi tidak mendukung.

2) Perasaan Menyukai

Pengungkapan diri dilakukan kepada orang yang disukai atau dicintai dan orang yang dipercaya. Biasa juga terjadi dalam hubungan yang bersifat sementara, seperti sesama penumpang di mobil angkutan, pesawat, kereta api, atau penumpang dengan sopir. Dalam situasi ini, dua orang membina hubungan pengungkapan diri yang intim selama perjalanan yang singkat dan biasanya tidak melanjutkannya setelah situasi ini.

3) Efek Diadik

Pengungkapan diri terjadi ketika kita mengungkapkan diri kita kepada orang lain dan orang lain juga mengungkapkan dirinya. Dengan efek ini maka kita dan orang lain akan merasa aman dan memperkuat perilaku pengungkapan diri.

4) Kompetensi

Pengungkapan diri biasanya dilakukan kepada orang yang memiliki kompetensi. Orang yang berkompotensi memiliki banyak pengetahuan dan hal positif tentang apa yang akan diungkapkan sehingga orang yang akan mengungkapkan dirinya akan lebih percaya diri dan tidak segan dalam menyampaikan masalahnya.

5) Kepribadian

Pengungkapan diri terjadi pada orang yang pandai bergaul atau sociable dan ekstrover (terbuka). Orang yang kurang pandai bergaul, kurang bicara dan introvert susah untuk mengungkapkan diri.

6) Topik

Pengungkapan diri membahas tentang topic-topik tertentu, seperti pekerjaan atau hobi. Topic tentang kehidupan seks, keuangan sangat kecil kemungkinan untuk diungkapkan, dan hal-hal yang baik dan indah sering diungkapkan, sedangkan hal-hal yang sifatnya kurang baik dan sangat pribadi, kecil kemungkinan untuk diungkapkan.

7) Jenis Kelamin

Jenis kelamin mempengaruhi pengungkapan diri. Laki-laki lebih kurang terbuka dari pada perempuan.

Demikian faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan diri. Oleh karena itu, pengungkapan diri terjadi dalam situasi dan kondisi tertentu dan informasi yang disampaikan akan diterima dan dimengerti oleh orang lain.

Pengungkapan diri juga memiliki manfaat. Manfaatnya yaitu dengan mengungkapkan diri maka kita akan mendapatkan perspektif baru tentang diri sendiri dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku kita

sendiri, mampu mengatasi kesulitan, memperbaiki komunikasi/efisiensi komunikasi, dan membina hubungan yang bermakna dan mendalam diantara dua orang.

Selain memiliki manfaat, juga memiliki resiko atau bahaya dalam mengungkapkan diri yaitu penolakan pribadi dan social (orang yg kita percaya dan orang terdekat, ketika kita mengungkapkan diri boleh jadi menolak kita dalam hal-hal tertentu misalnya kita mengungkapkan diri untuk menikah dengan orang yang berbeda agama, pindah agama dan seterusnya), kerugian material (ketika kita mengungkapkan diri kita di tempat kerja bahwa kita adalah pecandu narkoba, minuman keras, dan perbuatan buruk lainnya maka kita akan dipecat atau mutasi), dan kesulitan intrapribadi (reaksi orang lain tidak seperti yang diduga, boleh jadi kita mengungkapkan diri agar orang lain mendukung kita akan tetapi malah menyulitkan dan menolak kita).

Pengungkapan diri bersifat *irreversible* yaitu informasi yang disampaikan kepada orang lain tidak dapat dicancel atau ditarik kembali. Oleh karena itu, sikap kehati-hatian harus diprioritaskan dalam mengungkapkan diri dan mengungkapkan diri harus betul-betul orang yang dipercaya akan tidak terjadi hal-hal yang diharapkan nantinya.

Berbagai manfaat dan bahaya yang dimiliki dalam pengungkapan diri, maka dari itu ada pedoman yang harus diketahui oleh seseorang untuk bias memutuskan apakah ia perlu mengungkapkan dirinya atau tidak dan cara mengungkapkannya.



Adapun pedoman dalam mengungkapkan diri yaitu :

- 1) Motivasi Pengungkapan Diri  
Pengungkapan diri harus didorong oleh rasa berkepentingan terhadap hubungan, baik terhadap orang lain yang terlibat maupun diri sendiri.
- 2) Kepatutan Pengungkapan Diri  
Pengungkapan diri harus sesuai dengan lingkungan dan hubungan antara orang yang mengungkapkan dan orang yang mendengarkan pengungkapan tersebut. Oleh karena itu, pengungkapan diri harus melihat situasi dan kondisi orang yang akan mendengarkan pengungkapan tersebut. Semakin pribadi masalah yang akan diungkapkan maka semakin dekat hubungan yang diperlukan.
- 3) Pengungkapan Diri Orang Lain  
Pada saat kita mengungkapkan diri kita kepada orang lain, maka kita juga harus siap mendengarkan pengungkapan dirinya. Dengan demikian, seseorang yang mengungkapkan dirinya kepada orang lain, maka ia harus memberi kesempatan orang lain untuk mengungkapkan dirinya.
- 4) Beban yang Mungkin Ditimbulkan Pengungkapan Diri  
Dalam mengungkapkan diri kepada orang lain harus mempertimbangkan kesulitan atau beban yang akan timbul setelah pengungkapan tersebut.

Selain pedoman dalam mengungkapkan diri, ada juga pedoman yang harus diketahui dalam menanggapi pengungkapan diri orang lain yaitu :

- 1) Manfaatkan keterampilan mendengarkan yang efektif dan aktif  
Ketika ada orang yang mengungkapkan dirinya kepada kita, maka kita sebaiknya menjadi pendengar yang aktif, empati, dan berpikiran terbuka.
- 2) Dukung dan kukuhkan pengungkap  
Kita harus memberikan dukungan kepada orang yang mengungkapkan dirinya kepada kita. Jangan mengevaluasi selama pengungkapan diri. Berikan dukungan baik secara verbal maupun secara non verbal.
- 3) Menjaga kerahasiaan  
Dalam pengungkapan diri orang lain, kita harus menjaga kerahasiaannya. Pengungkapan diri biasanya terjadi pada orang-orang tertentu yang dipercayai dan mampu menjaga rahasia terhadap apa yang diungkapkan. Dengan demikian, pilih orang-orang tertentu yang mampu menjaga kerahasiaan anda.
- 4) Jangan Manfaatkan Pengungkapan Diri Orang Lain untuk Merugikannya  
Jika kita memanfaatkan pengungkapan diri orang lain untuk menjatuhkan pengungkapkannya, maka hubungan akan rusak.

Selain komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi juga menjadi bagian dari komunikasi antarmanusia. Komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi yang paling ampuh dalam mempersuasi orang lain untuk mengubah sikap, opini, perilaku komunikasi dan jika dilakukan secara tatap muka langsung akan lebih intensif karena terjadi kontak pribadi yaitu antara pribadi komunikator dengan komunikasi.

Dalam komunikasi antarpribadi memiliki karakteristik yaitu :

- a. Komunikasi antarpribadi selalu diawali dari komunikasi dengan diri sendiri, sehingga tidak ada alasan manusia tidak dapat berkomunikasi.
- b. Komunikasi antarpribadi bersifat transaksional, karena antar pihak yang terlibat akan dikaitkan dengan hubungan yang terbina akan memperoleh keuntungan atau tidak.
- c. Komunikasi antarpribadi ada hubungan dalam pesan atau mencakup isi pesan yang bersifat hubungan antarpribadi.
- d. Komunikasi antarpribadi ada kedekatan fisik antara orang yang berkomunikasi.
- e. Komunikasi antarpribadi ada ketergantungan atau melibatkan pihak yang saling tergantung.
- f. Komunikasi antarpribadi tidak bisa diubah maupun diulang atau dikembalikan ke semula.<sup>19</sup>

Komunikasi antarpribadi prosesnya cenderung berlangsung secara dialogis dan lebih menunjukkan interaksi. Mereka yang terlibat dalam komunikasi ini merupakan komunikasi yang berbentuk ganda, karena mereka secara bergantian sebagai pembicara dan pendengar. Marry B. Cassata dan Malep K Asante dalam Mulyana mengemukakan bahwa merancang konteks komunikasi antarpribadi sebagai suatu keterlibatan komunikator yang independen dengan

---

<sup>19</sup>Ahmad Sihabuddin dan Rahmi Winangsih, *Komunikasi Antar Manusia* (Serang: Pustaka Getok Tular, 2008), h. 72.

pesan pribadi atau terbatas, salurannya vokal, terdiri atas khalayak individu atau kelompok kecil, yang selanjutnya memperoleh umpan balik dengan segera dikarenakan kontakannya yang primer, contohnya diskusi dalam keluarga.<sup>20</sup> Dengan demikian, kalau seseorang ingin mempengaruhi atau mempersuasi orang lain dengan segera maka gunakan komunikasi antarpribadi.

## 2.2 Persepsi

Persepsi adalah proses seseorang menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indera. Persepsi mempengaruhi rangsangan atau stimulus atau pesan yang diserap dan makna yang diberikan kepada seseorang ketika ia mencapai kesadaran. Persepsi sangat penting dalam komunikasi baik bentuk dan fungsinya.

Persepsi memiliki sifat antara lain :

- a. Persepsi adalah pengalaman. Untuk mendapatkan makna, maka manusia harus memiliki pengalaman. Pengalaman inilah yang menjadi basis terbentuknya persepsi. Misalnya, jika seseorang tidak memiliki pengalaman tentang sepeda atau tidak bisa naik sepeda, maka seseorang tidak akan berkomentar tentang sepeda.
- b. Persepsi adalah selektif. Manusia memberi persepsi sesuai dengan kebutuhannya. Dengan demikian, suatu persepsi bersifat selektif sesuai dengan kebutuhannya.

---

<sup>20</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), h. 76.

- c. Persepsi adalah kesimpulan sementara. Ini merupakan kerja logis dari system induksi. Dengan demikian, makna dapat diperoleh dengan melompat langsung pada kesimpulan. Misalnya, politik adalah perebutan kekuasaan, maka politik itu kotor.
- d. Persepsi tidak akurat. Akurasi pada persepsi sangat dipengaruhi pada sifat persepsi sebelumnya, pengalaman, selektivitas dan penyimpulan yang terkadang gegabah sehingga tidak akurat.
- e. Persepsi evaluative. Ini terkait dengan subjektivitas “subjek” yang member persepsi pada suatu objek.<sup>21</sup>

Proses persepsi memiliki tiga langkah. Langkah ini saling terkait, bersifat kontinu, bercampur-baur dan tumpang-tindih satu sama lain. Proses ini dimulai dari terjadinya stimulasi alat indera (sensory stimulation), misalnya mendengarkan suara musik, melihat orang yang telah lama berjumpa dengannya, mencium parfum dengan orang yang berdekatan dengan kita, mencicipi kue dan merasakan telapak tangan yang basah ketika kita berjabat tangan. Oleh karena itu, kita memiliki kemampuan penginderaan untuk merasakan stimulus atau rangsangan, akan tetapi kita tidak selalu menggunakannya, misalnya bila seseorang melamun di kelas dan ia tidak mendengarkan guru dan baru sadar ketika disebut namanya. Dengan demikian dapat dipahami bahwa seseorang akan menangkap apa yang bermakna bagi dirinya dan tidak menangkap apa yang tidak bermakna bagi dirinya.

Selanjutnya proses yang kedua, rangsangan terhadap alat indera diatur menurut berbagai prinsip. Salah satu prinsip

---

<sup>21</sup>Iswandi Syahputra, *Ilmu Komunikasi: Tradisi, Perspektif dan Teori*, h. 52.

yang sering digunakan adalah prinsip proksimitas atau kemiripan. Orang atau pesan yang secara fisik mirip satu sama lain dipersepsikan bersama-sama atau sebagai satu kesatuan atau unit. Misalnya, mempersepsikan orang yang sering dilihat berdua sering bersama-sama sebagai satu pasangan. Prinsip lain adalah kelengkapan atau closure yaitu memandang atau mempersepsikan suatu gambar atau pesan yang dampaknya kenyataannya tidak lengkap sebagai gambar atau pesan yang lengkap. Misalnya, mempersepsikan gambar potongan lingkaran sebagai lingkaran penuh meskipun sebagian dari gambar tidak ada. Dengan kedua prinsip ini, maka kita harus mengatur apa yang muncul dalam persepsi kita dan harus ditata dalam suatu pola yang bermakna, karena pola ini belum tentu benar atau logis dari segi obyek tertentu.

Proses yang terakhir adalah proses perceptual yaitu stimulasi alat indera ditafsirkan atau dievaluasi (penafsiran-evaluasi). Istilah ini digabung untuk menegaskan bahwa keduanya tidak bias dipisahkan. Langkah ini merupakan proses subyektif yang melibatkan evaluasi di pihak penerima. Penafsiran-evaluasi tidak hanya didasarkan pada rangsangan luar, melainkan juga dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, kebutuhan, keinginan, sistem nilai, keyakinan tentang yang seharusnya, keadaan fisik dan emosi pada saat tertentu, dan kondisi lain yang terjadi pada diri seseorang.

Ada banyak peluang dalam menafsirkan sesuatu. Walaupun setiap orang menerima pesan, cara masing-masing orang menafsirkan-mengevaluasinya tidaklah sama. Penafsiran-evaluasi ini juga akan berbeda bagi satu orang dari waktu ke waktu. Misalnya, lagu dangdut bagi seseorang terdengar indah, tetapi bagi yang lain terdengar ingar-bingar,

dan wangi parfum tertentu akan menyenangkan bagi seseorang dan memuakkan bagi yang lain.

Perbedaan individual ini, jangan sampai membutuhkan kita akan validitas beberapa generalisasi tentang persepsi. Meskipun generalisasi ini belum tentu berlaku untuk seseorang tertentu, dan tampaknya berlaku untuk sebagian orang.

Ada beberapa proses yang mempengaruhi persepsi orang lain yaitu :

- a. Teori kepribadian implisit  
Teori ini mengacu pada teori kepribadian individual yang diyakini seseorang dan yang mempengaruhi bagaimana persepsinya kepada orang lain.
- b. Ramalan yang terpenuhi dengan sendirinya  
Ramalan ini terjadi bila seseorang membuat ramalan atau merumuskan keyakinan yang menjadi kenyataan karena seseorang membuat ramalan itu dan bertindak seakan-akan ramalan itu benar.
- c. Aksentuasi perseptual  
Proses ini membuat seseorang melihat apa yang diharapkan dan inginkan. Misalnya, untuk menjadi calon actor, peran sekecil apa pun dan seperti apa pun dalam sebuah film adalah lebih baik disbanding tidak mendapat peran apa pun.
- d. Primasi-resensi  
Proses ini mengacu pada pengaruh relatif stimulus sebagai akibat urutan kemunculannya. Jika yang muncul pertama lebih besar pengaruhnya, kita mengalami efek primasi. Jika yang muncul kemudian

mempunyai pengaruh yang lebih besar, kita mengaami efek resensi.

e. Konsistensi

Proses ini mengacu pada kecenderungan untuk merasakan apa yang memungkinkan kita mencapai keseimbangan atau kenyamanan psikologis diantara berbagai sikap dan hubungan antara mereka.

f. Stereotype

Proses ini mengacu pada kecenderungan untuk mengembangkan dan mempertahankan persepsi yang tetap dan tidak berubah mengenai sekelompok manusia dan menggunakan persepsi ini untuk mengevaluasi anggota kelompok tersebut, dengan mengabaikan karakteristik individual yang unik.<sup>22</sup>

Semua proses di atas sangat mempengaruhi apa yang kita lihat dan apa yang tidak kita lihat, apa yang kita simpulkan dan apa yang tidak kita simpulkan tentang orang lain. Proses ini membantu menjelaskan mengapa kita membuat perkiraan tertentu dan tidak membuat perkiraan yang lain tentang orang. Proses ini juga membantu kita menata banyak data yang memasuki alat indera kita. Akan tetapi, perlu diingat bahwa keenam proses di atas juga merupakan penghambat yang potensial terhadap persepsi yang akurat. Hambatan ini sangat mempengaruhi baik persepsi anda maupun persepsi antarpribadi anda. Dengan demikian, sangat penting mempertimbangkan hambatan-hambatan ini secara bersama dengan proses-proses itu sendiri.

---

<sup>22</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia*, h. 89.



## 2.3 Mendengarkan

Mendengarkan diartikan sebagai proses aktif menerima rangsangan atau stimulus telinga (aural) atau isyarat (gelombang suara) yang diterima oleh telinga. Mendengarkan tidak hanya terbatas pada isyarat-isyarat verbal (kata) melainkan mencakup semua isyarat yang dapat didengar, baik suara yang bising, kata-kata, music dan juga prosa. Mendengarkan merupakan kegiatan komunikasi yang paling penting dan keterampilan terpenting dalam segala bentuk komunikasi antar manusia. Ada dua hasil penelitian yang dilakukan oleh para ahli tentang waktu yang digunakan oleh orang dewasa atau mahasiswa untuk kegiatan mendengarkan. Hasil penelitian pertama dilakukan oleh Rankin pada tahun 1929, bahwa waktu yang digunakan oleh orang dewasa dalam kegiatan mendengar yaitu 45%. Dibanding dengan keterampilan lain, berbicara 30%, membaca 16% dan menulis 13%. Sedangkan hasil penelitian Barker pada tahun 1980 menunjukkan hasil bahwa mahasiswa sebagai obyek, mendengarkan menghabiskan waktu terbanyak yaitu 53%, dan keterampilan lain berbicara 16%, membaca 17%, dan menulis 14%.<sup>23</sup> Perbandingan penelitian ini dapat di lihat tabel berikut ini :

---

<sup>23</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia*, h. 93.

**Tabel 2.1**  
**Perbandingan Hasil Penelitian tentang Waktu yang**  
**Digunakan Orang Dewasa dan Mahasiswa untuk**  
**Mendengarkan**

Rankin, 1929		Barker, 1980	
Mendengarkan	45%	Mendengarkan	53%
Berbicara	30%	Berbicara	16%
Membaca	16%	Membaca	17%
Menulis	13%	Menulis	14%

Dengan demikian, keterampilan mendengar merupakan keterampilan yang menggunakan waktu terbanyak, makanya harus ada usaha untuk memanfaatkan keterampilan ini. Diperlukan waktu dan energi, agar dapat mendengarkan secara efektif.

Mendengarkan memiliki tujuan yaitu untuk kesenangan atau hiburan, informasi dan membantu orang lain.<sup>24</sup> Mendengarkan ada yang efektif dan ada yang aktif. Mendengarkan secara efektif mencakup penyesuaian perilaku kita berdasarkan empat dimensi yaitu mendengarkan partisipatif dan pasif, mendengarkan empatik, mendengarkan tanpa menilai dan dinilai, dan mendengarkan secara dangkal dan mendalam. Sedangkan mendengarkan secara aktif adalah mendengarkan dengan cara engirim balik kepada pembicara apa yang menurut anda katakana dan dirasakan pembicara. Mendengarkan aktif memungkinkan pendengar mengecek pemahaman, mengutarakan akseptasi dan merangsang pembicara untuk menggali perasaan dan pikirannya.

Ada tiga teknik mendengarkan aktif yaitu mengulangi pemikiran pembicara, menyatakan pengertian atas perasaan

---

<sup>24</sup>Rd. Nia Kania Kurniawati, *Komunikasi Antarpribadi: Konsep dan Teori* (Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 60.

pembicara dan mengajukan pertanyaan yang relevan.<sup>25</sup> Pada teknik pertama, pendengar harus mengulangi pemikiran pembicara dengan cara memberikan deskripsi yang obyektif. Ketika pembicara menyampaikan sesuatu kepada pendengar, maka pendengar harus menyatakan pengertian atas perasaan pembicara dengan cara menggemakan perasaan pembicara secara akurat dan jangan melebihi-lebihkan atau meremehkan. Pada teknik yang ketiga, pendengar harus mengajukan pertanyaan untuk memastikan pemahaman anda tentang apa yang diutarakan kepada pembicara. Pertanyaan harus dirancang untuk memberikan dukungan dan dorongan kepada pembicara agar ia mengutarakan pikiran dan perasaannya, dan pertanyaan yang diajukan harus tidak keluar dari masalah yang dibahas.

Dalam keterampilan ini, banyak hambatan yang terjadi pada diri kita, hambatan tersebut yaitu :

a. *Pseudolistening*

*Pseudolistening* yaitu pura-pura mendengar. Ketika kita melakukan *pseudolistening*, pikiran kita ada di tempat lain, walaupun kita memperhatikan apa yang disampaikan oleh pembicara. Tindakan ini biasanya terjadi pada saat pendengar tidak tertarik pada apa yang dibahas dan tidak ingin menyakiti perasaan pembicara.

b. Memonopoli

Memonopoli terus menerus memfokuskan komunikasi pada diri sendiri, bukan orang yang sedang berbicara. Dua taktik yang khas dalam memonopoli. Salah satu

---

<sup>25</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia*, h. 109.

diantaranya adalah rerouting (memutar) percakapan. Ini terjadi ketika seseorang menggeser topik kembali ke dirinya sendiri. Rerouting mengambil percakapan jauh dari orang yang sedang berbicara dan berfokus pada dirinya sendiri. Taktik lain yaitu menyela. Menyela yaitu mengalihkan atau mengarahkan pembicaraan ke topik baru.

- c. Mendengarkan Selektif  
Mendengarkan selektif yaitu menyaring bagian dari pesan yang tidak menarik minat kita atau dengan yang kita setuju. Mendengarkan selektif juga terjadi ketika kita menolak komunikasi yang membosankan atau membuat kita tidak nyaman.
- d. Mendengarkan Defensif  
Mendengarkan defensif melibatkan serangan pribadi mengamati, kritik atau nada bermusuhan ketika tidak ada yang disukai. Mendengarkan defensif bisa menghilangkan informasi dan wawasan yang berharga.
- e. Menyergap (ambushing)  
Menyergap yaitu mendengarkan secara hati-hati untuk tujuan menyerang pembicara.
- f. Mendengarkan Literal  
Mendengarkan literal yaitu mendengarkan hanya konten atau isi dan mengabaikan makna hubungan.<sup>26</sup>

Dengan demikian, untuk mengurangi hambatan di atas, hendaklah menjadi pendengar yang mendengarkan secara efektif dan mendengarkan secara aktif.

---

<sup>26</sup>Rd. Nia Kania Kurniawati, *Komunikasi Antarpribadi: Konsep dan Teori*, h. 60-63.

# Latihan !

1. Apa yang dimaksud dengan komunikasi intra dan antarpribadi?
2. Jelaskan aspek-aspek diri dalam komunikasi!
3. Bagaimana proses yang mempengaruhi persepsi?
4. Kemukakan tujuan mendengarkan dan hambatannya!
5. Jelaskan perbedaan antara mendengarkan secara efektif dan mendengarkan secara aktif!

# 03 | *Interaksi Bahasa dan Verbal*

---

## **A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah**

Bab ini membahas tentang bahasa sebagai suatu sistem simbol dan makna, hambatan-hambatan dalam interaksi bahasa dan verbal, prinsip-prinsipnya dan aspek sosial bahasa dan interaksi verbal.

## **B. Pedoman Mempelajari Materi**

Pahami dengan jelas isi materi mengenai bahasa sebagai suatu sistem simbol dan makna, hambatan-hambatan dalam interaksi bahasa dan verbal, prinsip-prinsipnya dan aspek sosial bahasa dan interaksi verbal.

## **C. Tujuan Pembelajaran**

1. Mahasiswa dapat memaparkan tentang bahasa sebagai sistem simbol dan makna.
2. Mahasiswa dapat menjelaskan hambatan-hambatan dalam interaksi bahasa dan verbal
3. Mahasiswa dapat mengemukakan prinsip-prinsip dan aspek sosial bahasa dan interaksi verbal.

## **Materi Kuliah:**

### **a. Bahasa Sebagai Suatu Sistem Simbol dan Makna**

#### **3.1.1 Bahasa sebagai Suatu Sistem Simbol**

Bahasa adalah pengungkap segala realitas dan tulang punggung komunikasi. Bahasa dapat dikatakan sebagai kode, sistem simbol yang digunakan untuk membentuk pesan-pesan verbal manusia. Bahasa dapat didefinisikan sebagai sistem produktif yang dapat dialih-alihkan dan terdiri atas simbol-simbol yang cepat lenyap, bermakna bebas dan dipancarkan secara kultural.

Beberapa karakteristik bahasa sebagai suatu sistem simbol yaitu

a. Bahasa bersifat produktif

Elemen-elemen baru dapat ditambahkan ke dalam system ini dan elemen-elemen tersebut dapat ditata dengan cara-cara baru sehingga membentuk kalimat baru.

b. Bahasa dapat dialihkan

Bahasa dapat digunakan untuk membicarakan masalah-masalah yang jauh dari diri seseorang baik dari segi waktu maupun jarak.

c. Bahasa lisan terdiri atas simbol-simbol yang cepat lenyap.

d. Simbol-simbol bahasa bersifat bebas.

Tidak ada kaitan nyata atau inheren antara sebuah kata dengan hal atau benda yang disimbolkan.

- e. Bahasa dipancarkan secara kultural, bukan secara biologis. Bahasa dipelajari dari budaya tempat seseorang dibesarkan

Sifat bahasa mempunyai beberapa implikasi penting bagi komunikasi antarmanusia. Implikasinya adalah :

- a. Komunikasi yang efektif dimulai dengan dan dalam batas-batas kaidah bahasa.
- b. Pengalihan dan produktivitas memungkinkan adanya dusta.
- c. Bahasa cepat lenyap, pesan lisan harus mudah dimengerti dengan segera.
- d. Makna harus dicari dalam diri orang yang berbicara dan bukan semata-mata dalam kata-kata yang digunakan.

### **3.1.2 Bahasa sebagai Sistem Makna**

Bahasa adalah kebutuhan manusia untuk mengkomunikasikan makna. Semua fungsi bahasa, komunikasi makna sangat penting dari satu orang ke orang lain. Oleh karena itu, makna harus ditempatkan pada posisi sentral dalam setiap usaha untuk menjelaskan bahasa.

Makna diciptakan oleh orang yang melakukan komunikasi dan merupakan fungsi pesan dan juga interaksi pesan dengan pemikiran, perasaan dan sikap orang yang bersangkutan.

Proses makna Wendell Johnson dalam Devito memberi implikasi bagi komunikasi antarmanusia yaitu :



- a. Makna ada dalam diri manusia.
- b. Makna emosional terus berubah meskipun kata-kata sendiri tetap statis.
- c. Kata-kata baru mempunyai arti bila dikaitkan dengan acuan tertentu dalam dunia nyata.
- d. Ketidaksepakatan sering timbul bila seseorang melupakan bahwa kata yang sama dapat mempunyai banyak makna.
- e. Kata-kata hanya mengkomunikasikan sebagian kecil dari makna yang ada dalam benak manusia.

Makna dapat dibagi menjadi dua yaitu makna denotatif dan konotatif. Makna denotatif adalah makna obyektif dan makna konotatif adalah makna yang bersifat emosional, subyektif atau pribadi. Makna denotatif bersifat cukup umum atau universal. Artinya sebagian besar orang sepakat atau mempunyai pengertian yang sama tentang makna denotatif. Sedangkan makna konotatif bersifat sangat pribadi, dan tidak banyak orang yang mempunyai pengertian yang sama tentang makna konotatif sebuah kata.

#### **b. Hambatan-hambatan dalam Interaksi Bahasa dan Verbal**

Hambatan-hambatan yang terjadi dalam komunikasi verbal lebih banyak bersumber dari proses pengiriman pesan dari komunikator ke komunikan. Hambatan ini dinamakan distorsi kognitif.<sup>27</sup> Adapun hambatan tersebut adalah :

---

<sup>27</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia* (Jakarta: Professional Books, 1997), h. 129. Lihat juga Rd. Nia Kania Kurniawati, *Komunikasi Antarpribadi: Konsep dan Teori Dasar* (Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 29-30.

a. Polarisasi

Polarisasi adalah kecenderungan untuk melihat dunia dalam bentuk lawan-kata dan menguraikannya dalam bentuk dua ekstrim yang tidak realistis, misalnya hitam dan putih, atau baik dan buruk, atau cantik dan jelek.

b. Orientasi intensional

Ini terjadi bila kita menanggapi apa yang sebagai suatu kenyataan, suatu kecenderungan untuk menanggapi sesuatu lebih sebagai apa adanya dan bukan menurut apa yang dikatakan orang.

c. Kekacauan karena menyimpulkan fakta

Ini terjadi bila kita memperlakukan kesimpulan sebagai fakta.

d. Potong kompas

Ini terjadi bila komunikator dan komunikan saling salah paham akan makna yang mereka maksudkan. Selain itu, terjadi bila kata yang berbeda digunakan untuk makna yang sama atau kata yang sama digunakan untuk makna yang berbeda.

e. Kesemuan

Kesemuan mengacu pada kecenderungan untuk menganggap bahwa orang yang mengetahui hal tertentu pasti menguasai segalanya, atau bahwa apa yang telah dikatakan sudah pasti seluruhnya

f. Evaluasi statis

Ini terjadi bila kita mengabaikan perubahan dan menganggap bahwa realitas merupakan hal yang statis.

g. Indiskriminasi

Ini terjadi bila kita mengelompokkan hal-hal yang tidak sama ke dalam satu kelompok dan menganggap bahwa mereka berada dalam kelompok yang sama, dan mereka semua sama.

Selain hambatan di atas, pesan-pesan verbal yang kita timbulkan atas diri orang lain bisa menimbulkan dampak negatif, oleh karena itu, hindari prinsip-prinsip di bawah ini :

- a. Pembicaraan intern terjadi bila anggota suatu kelompok tertentu berbincang-bincang mengenai masalah kelompok mereka atau menggunakan bahasa kelompok mereka di tengah kehadiran orang lain.
- b. Pembicaraan merendahkan mengacu pada kecenderungan untuk merendahkan orang lain, dan tidak memandang mereka sebagai pihak yang setara.
- c. Dusta menimbulkan masalah komunikasi karena mengurangi kredibilitas, menciptakan ketidakseimbangan psikologis, dan arena dapat mengasingkan si pendusta dari masyarakat.
- d. Berbicara tentang diri sendiri dan pembicaraan lainnya (self talk-other talk), bila dilakukan secara berlebihan menimbulkan masalah komunikasi karena mendistorsi situasi memberi-menerima yang normal.
- e. Gosip, meskipun tak terhindarkan menimbulkan masalah bila ini mengkhianati kepercayaan, tidak benar dan diketahui tidak benar, atau digunakan untuk menyakiti orang lain.
- f. Diskonfirmasi mengacu pada proses dimana kita mengabaikan keberadaan dan komunikasi orang lain.

Konfirmasi mengacu pada proses dimana kita menerima, mendukung dan mengakui pentingnya orang lain.<sup>28</sup>

Beberapa dampak di atas harus dihindari sebagai suatu kebiasaan verbal yang mengganggu. Dengan kita menghindari kebiasaan ini maka komunikasi akan terjalin dan terjadi secara lebih positif.

### 3.3. Prinsip-prinsip Bahasa dan Interaksi Verbal

Julia T. Wood dalam Nurudin mengemukakan bahwa ada tiga prinsip dalam interaksi bahasa dan verbal yaitu : interpretasi menciptakan makna, komunikasi adalah aturan yang dipandu, dan penekanan mempengaruhi makna.<sup>29</sup>

#### a. Interpretasi menciptakan makna

Ada banyak interpretasi yang muncul atas sebuah pernyataan yang dikemukakan secara verbal. Interpretasi sebuah pesan membawa konsekuensi makna yang dipahami. Boleh jadi makna atas sebuah pesan yang sama dipahami secara berbeda oleh diri sendiri dan orang lain.

Perbedaan interpretasi terjadi karena dipengaruhi oleh pengetahuan, latar belakang, kepentingan, tujuan berkomunikasi atau aspek psikologis seseorang. Semua faktor ini mempengaruhi bagaimana makna ditangkap berdasarkan hasil interpretasi yang dibangun dalam pikirannya. Contoh : “Selamat, anda hebat”. Makna kata-kata ini bisa secara tulus memberikan ucapan selamat, bisa

---

<sup>28</sup> Rd. Nia Kania Kurniawati, *Komunikasi Antarpribadi: Konsep dan Teori Dasar*, h. 30.

<sup>29</sup>Nurudin, *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer* (Cet. II; Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017), h. 127-132.

juga karena iri disebabkan tidak mampu namun malah ikut-ikutan mengucapkan selamat, menyindir, dan interpretasi lainnya.

Dengan demikian, setiap orang mampu mengucapkan secara verbal sebuah pesan, akan tetapi boleh jadi bermakna lain, tergantung siapa yang memberi arti pesan tersebut. Jadi, interpretasi menciptakan makna, dan makna itu berbeda-beda tergantung orang yang menerima pesan tersebut.

#### **b. Komunikasi adalah aturan yang dipandu**

Aturan komunikasi (*communication rule*) adalah pemahaman bersama terhadap makna komunikasi dan macam komunikasi yang cocok atau tidak untuk berbagai situasi. Sebagian besar aturan tidak secara eksplisit atau dibangun dengan sengaja.

Pada sekelompok masyarakat tertentu, ada kesepakatan atau bahasa rahasia yang hanya kelompok itu mengetahuinya. Ini adalah contoh pemahaman bersama. Misalnya, saat saya kuliah, untuk mengatakan mengajak pergi nonton bioskop teman-teman saya punya bahasa khusus. Jika mereka mengatakan, ke perpustakaan yuk?, itu artinya teman itu mengajak untuk menonton bioskop. Dalam pergaulan teman sebaya, biasanya mereka akan mempunyai pemahaman bersama tentang makna komunikasi.

Ada dua aturan yang memandu komunikasi yakni aturan regulatif (*regulative rule*) dan aturan pokok (*constitutive rule*). Aturan regulatif merinci kapan, bagaimana, dimana, dan dengan siapa harus berbicara

mengenai hal-hal tertentu. Sedangkan aturan pokok menjelaskan apa arti komunikasi dengan mengatakan pada kita bagaimana menilai jenis komunikasi tertentu.

Dalam aturan pokok, ketika seseorang belajar bahwa memberi perhatian dan motivasi dinilai sebagai menunjukkan rasa hormat, memeluk dan mencium menunjukkan kasih sayang, dan menginterupsi dinilai sebagai sikap kasar. Kita juga diajarkan bahwa ketika kita bertepuk tangan maka memberi penegasan bahwa kita mendukung orang itu, dan bertepuk tangan jika ada orang yang ingin berpidato dan meninggalkan mimbar. Itu semua adalah aturan pokok yang menjelaskan arti komunikasi dengan mengatakan pada kita bagaimana menilai jenis komunikasi tertentu.

Jadi, seseorang yang berkomunikasi secara verbal dipandu oleh aturan-aturan tertentu. Bahkan aturan-aturan itu, dapat bisa jadi tidak tertulis hanya karena kesepakatan atau kebiasaan yang berlaku umum di mana komunikasi itu berlangsung. Setiap komunitas mempunyai aturan-aturan tertentu yang tidak diketahui oleh komunitas yang lain. Aturan itu mencerminkan apa yang dia ucapkan, pilihan bahasa seperti apa, bagaimana ekspresinya dan dalam konteks apa pesan itu disampaikan.

Dengan demikian, baik aturan regulatif maupun aturan pokok harus menjadi perhatian bagi orang yang berkomunikasi secara verbal, sehingga tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan dalam berkomunikasi.

### **c. Penekanan mempengaruhi makna**

Penekanan menjadi sebuah kesepakatan umum dalam komunitas. Dalam berbahasa juga demikian. Bahasa adalah

kesepakatan komunitas masyarakat tertentu yang mengakibatkan adanya perbedaan makna antarkomunitas. Contohnya, ketika kita menyebut makan, maka bahasa makan adalah bahasa Indonesia, ketika saya menyebut *manre*, maka itu adalah bahasa Bugis-Bone dan ketika saya menyebut *eat*, maka itu adalah bahasa Inggris.

Lain halnya dalam komunikasi secara tertulis. Tanda baca merupakan sebuah penekanan. Tanda titik misalnya, dalam kaidah bahasa tanda titik diartikan sebagai isyarat berhentinya kalimat. Tanda titik juga berarti menjelaskan ide-ide ketika kita memulai dan mengakhiri suatu tulisan. Tanda titik juga berate penekanan pada kalimat yang ditulis. Dengan demikian, penekanan dalam komunikasi akan memberi dan menciptakan makna, sama dengan tanda titik atau tanda baca.

### **3.4. Aspek Sosial Bahasa dan Interaksi Verbal**

Bahasa merupakan institusi sosial. Disebut sebagai institusi sosial, karena bahasa ada disebabkan manusia berinteraksi dalam kelompok-kelompok sosial dan bahasa juga mencerminkan dan mempengaruhi masyarakat, dan bahasa menjadi salah satu bagiannya. Ada beberapa aspek sosial bahasa dan interaksi verbal yaitu menelaah tentang bahasa sebagai institusi sosial, beberapa fungsi dari subbahasa, dan mempelajari tentang tabu dan eufimisme dalam bahasa yang mencerminkan masyarakat yang menggunakannya.<sup>30</sup> Adapun aspek-aspek tersebut dapat dijelaskan berikut ini:

---

<sup>30</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia*, h. 157-164.

## 1. Bahasa sebagai institusi sosial

Bahasa adalah suatu institusi sosial yang dirancang, dimodifikasi, dan dikembangkan oleh orang yang sangat memperhatikan tata bahasa yang baik dan benar, dan bahkan mengistilahkannya sebagai distorsi untuk memenuhi kebutuhan kultur atau subkultur yang terus menerus berubah. Olehnya itu, bahasa dari budaya satu berbeda dengan bahasa dari budaya yang lain, dan sama pentingnya, bahasa dari suatu subkultur berbeda dengan bahasa dari subkultur yang lain.

Subkultur adalah kultur dalam masyarakat yang lebih besar. Tiap-tiap subkultur mengembangkan bahasanya sendiri-sendiri dan mempunyai aturan sendiri untuk interaksi yang efektif.

Setiap individu menjadi anggota dari beberapa subkultur. Tingkat kepentingan afiliasi dengan subkultur tertentu berbeda-beda pada setiap orang, konteks, waktu atau situasi. Contoh, jika seseorang dilahirkan sebagai orang Islam, tetapi tidak menjalankan kewajibannya, maka ia tidak merasa terikat dengan subkultur Islam. Jika orang ini kawin dengan orang Kristen, perasaan keterikatan dengan subkultur ini akan lebih besar. Oleh karena itu, minat yang sama merupakan subkultur. Dan dengan subkultur akan melahirkan subbahasa. Subbahasa membantu anggota-anggota kelompok untuk saling berkomunikasi. Di samping itu, subbahasa mempunyai fungsi lain. Subbahasa digunakan untuk menunjuk pada bahasa yang khas yang digunakan oleh kelompok atau subkultur tertentu yang ada pada kultur yang lebih besar dan lebih dominan.



## 2. Fungsi bahasa dari subbahasa

Subbahasa mempunyai banyak fungsi, tergantung pada subkultur, konteks komunikasi, dan variabel bahasa dan nonbahasa lainnya. Berikut ini beberapa fungsi yang lebih umum adalah :

### a. Memudahkan komunikasi subkultural

Konsep-konsep yang penting bagi suatu kultur mempunyai banyak istilah. Contohnya, dalam kultur Amerika, uang sangat penting, karena itu memiliki banyak istilah yaitu *finances, capital, assets, cash, funds, pocket money, spending money, change, bread, loot, swag*, dan lainnya.

Tanpa mengenal kultur tertentu, maka kita tidak dapat menebak konsep penting dalam kultur tersebut hingga kita menelitinya dalam kamus.

Prinsip yang sama berlaku pada subbahasa. Salah satu fungsi subbahasa adalah memberikan sinonim-sinonim yang memudahkan untuk konsep-konsep yang sangat penting bagi suatu subkultur.

### b. Sarana identifikasi

Dengan menggunakan subbahasa tertentu, pembicara menunjukkan dirinya sendiri sebagai anggota dari subkultur tersebut. Orang yang berasal dari subkultur tertentu sering melontarkan kata atau frasa asing dalam percakapannya untuk menunjukkan dirinya pada khalayaknya.

### c. Menjaga kerahasiaan komunikasi

Subbahasa memungkinkan anggota subkultur saling berkomunikasi dengan menjaga kerahasiaan maknanya dari orang luar. Contohnya, biasanya kita mendengar istilah-istilah tertentu ketika kita

masuk di toko-toko Amerika dan hal itu kita tidak sadari. Pramuniaga took biasanya mengelompokkan pengunjung took ke dalam J.L (*just looking* atau sekedar melihat-lihat), skank (pengunjung murahan), T.O (serahkan kepada pramuniaga toko yang berpengalaman), palooka (pembeli minuman keras).

- d. Membuat orang terkesan dan bingung  
Salah satu fungsi yang tidak begitu baik dari subbahasa yang dimanfaatkan oleh orang yang profesional adalah membuat orang terkesan dan bingung.

### 3. Tabu dan eufimisme bahasa

Tabu bahasa mengacu pada perilaku verbal yang terlarang di masyarakat karena sebab-sebab yang tidak selalu jelas, umumnya sebabnya agak kabur dan tampaknya tidak rasional. Bila kita berpikir tentang tabu kita sering membayangkan masyarakat primitive yang menyediakan hukuman bagi mereka yang mengucapkan kata-kata dan ungkapan-ungkapan tertentu. Akan tetapi, tabu bahasa bersifat universal, semua bahasa dan kelompok masyarakat mempunyai tabu bahasa yang terlekat dalam struktur social mereka.

Selain tabu bahasa, eufimisme juga menjadi fungsi subbahasa. Eufimisme adalah ungkapan-ungkapan yang digunakan untuk menggantikan ungkapan-ungkapan tabu. Eufimisme seringkali terlalu sopan. Eufimisme adalah kata-kata manis yang dirancang untuk menggantikan ungkapan tabu dan untuk memaniskan topik yang tidak menyenangkan atau tidak dikehendaki. Contohnya, di

Indonesia, kelas termurah untuk angkutan pesawat adalah kelas ekonomi.

## *Latihan !*

1. Jelaskan tentang bahasa sebagai sistem simbol dan sistem makna!
2. Sebutkan hambatan-hambatan dalam interaksi bahasa dan verbal!
3. Prinsip-prinsip apa saja yang ada dalam bahasa dan interaksi verbal?
4. Jelaskan bahasa sebagai institusi sosial!
5. Kemukakan dua aspek sosial yang ada dalam bahasa dan interaksi verbal!

**Bedakan antara tabu dan eufimisme!**

# 04 | *Komunikasi Non Verbal*

---

## **A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah**

Materi kuliah ini membahas tentang pengertian, fungsi dan universal dari komunikasi non verbal, komunikasi tub', ruang, kewilayahan dan komunikasi sentuhan, serta parabahasa dan waktu.

## **B. Pedoman Mempelajari Materi**

Pahami dengan jelas isi materi mengenai pengertian, fungsi dan universal dari komunikasi non verbal, komunikasi tub', ruang, kewilayahan dan komunikasi sentuhan, serta parabahasa dan waktu.

## **C. Tujuan Pembelajaran**

1. Mahasiswa dapat mengetahui pengertian, fungsi dan universal dari komunikasi non verbal.
2. Mahasiswa dapat mengetahui komunikasi tub'.
3. Mahasiswa dapat menjelaskan ruang, wilayah dan komunikasi sentuhan
4. Mahasiswa dapat mengetahui parabahasa dan waktu

## **Materi Kuliah:**

### **4.1 Pengertian, Fungsi dan Universal dari Komunikasi Non-Verbal**

#### **4.1.1 Pengertian**

Manusia dalam berkomunikasi selain menggunakan kode verbal juga menggunakan kode nonverbal. Kode nonverbal biasa disebut bahasa isyarat atau bahasa diam. Komunikasi dengan kode ini menarik banyak perhatian para ahli terutama di kalangan antropologi, bahasa, dan bahkan dalam bidang kedokteran. Perhatian para ahli untuk mempelajari bahasa nonverbal diperkirakan dimulai sejak 1873, terutama dengan munculnya tulisan Charles Darwin tentang bahasa ekspresi wajah manusia. Hal yang menarik dari kode nonverbal adalah studi Albert Mehrabian yang menyimpulkan bahwa tingkat kepercayaan dari pembicaraan orang hanya 7 % berasal dari bahasa verbal, 38 % berasal dari vocal suara, dan 55 % berasal dari ekspresi muka. Selain itu, ia juga mengemukakan bahwa jika terjadi pertentangan antara apa yang diucapkan seseorang dengan perbuatannya, orang lain akan cenderung mempercayai hal-hal yang bersifat nonverbal.<sup>31</sup>

Komunikasi non-verbal adalah semua aspek komunikasi selain kata-kata. Ini meliputi tidak hanya gerakan dan bahas tubuh, tetapi juga mengucapkan kata-kata infeksi, jeda, nada, volume dan aksen. Tanda-tanda non-verbal terlihat dari tampilan wajah dan gerakan tangan.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Cet. XVII; Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 117.

<sup>32</sup>Rd. Nia Kania Kurniawati, *Komunikasi Antarpribadi : Konsep dan Teori Dasar* (Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 35.

Komunikasi nonverbal dapat dilakukan dengan kode-kode presentasional seperti gerak tubuh, gerakan mata, ataupun kualitas suara. Kode-kode tersebut hanya dapat memberikan pesan pada saat terjadinya komunikasi. Nada suara dapat mengindikasikan sikap seseorang saat membicarakan subyek dan juga sikap pendengar. Nada suara tersebut tidak dapat mengirim pesan tentang perasaan seseorang minggu lalu.<sup>33</sup> Dengan demikian, kode presentasional sebagai komunikasi non-verbal terbatas pada komunikasi tatap muka atau komunikasi ketika komunikator hadir.

#### **4.1.2 Fungsi dan Universal dari Komunikasi Non Verbal**

Fungsi komunikasi nonverbal yang dilakukan dengan kode-kode presentasional menurut John Fiske ada dua yaitu :

- a. Memberikan informasi mengenai pembicara atau situasi yang dialaminya sehingga pendengar bisa belajar berbagai hal yang terkait dengan pembicara seperti identitas, emosi, sikap, posisi sosial dan sebagainya
- b. Manajemen interaksi. Kode-kode presentasional digunakan untuk mengatur hubungan seperti apa yang diinginkan oleh pengirim pesan atau komunikator dengan pihak lain yang diajak berkomunikasi.

Dengan menggunakan bahasa tubuh, postur dan nada suara, seseorang dapat berupaya untuk mendominasi, menarik simpati ataupun menutup diri terhadap orang lain.

---

<sup>33</sup>John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Cet. IV; Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 110.

Kedua fungsi di atas dapat juga dilakukan oleh representasional sepanjang kode-kode presentasional dapat tampil atau muncul di dalam pesan-pesan representasional. Misalnya, sebuah foto dapat menampilkan depresi atau kebahagiaan. Namun, para ahli psikologi sosial mengatakan bahwa terdapat fungsi kode yang hanya dapat dilakukan oleh representasional. Fungsi tersebut adalah kognitif atau ideasional. Fungsi ini adalah menyampaikan informasi atau ide tentang sesuatu yang absen (tidak hadir di dalam teks atau pesan) dan melibatkan pembuatan pesan atau teks yang bebas dari komunikator dan situasi.

Kode representasional adalah kode yang dapat menjalankan fungsi referensial. Kode ini paling efisien untuk fungsi-fungsi yang terkait dengan perilaku dan emosi. Ada beberapa kode-kode presentasional dan makna yang dapat mereka kirimkan menurut Argyle dalam John Fiske yaitu :

- a. Kontak tubuh
- b. Kedekatan jarak
- c. Orientasi
- d. Penampilan
- e. Anggukkan kepala
- f. Ekspresi wajah
- g. Bahasa tubuh atau gesture
- h. Postur
- i. Gerakan mata atau kontak mata
- j. Aspek nonverbal dari pembicara<sup>34</sup>

Fungsi utama komunikasi non verbal menurut Ekman dan Knapp dalam Rd. Nia Kania Kurniawati, mengidentifikasi enam fungsi utama yaitu :

---

<sup>34</sup>John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 111-115.

- a. Untuk menekankan. Kita menggunakan komunikasi nonverbal untuk menonjolkan atau menekankan beberapa bagian dari pesan verbal
- b. Untuk melengkapi. Menggunakan komunikasi nonverbal untuk memperkuat warna atau sikap umum yang dikomunikasikan oleh pesan verbal
- c. Untuk menunjukkan kontradiksi. Kita dapat secara sengaja mempertentangkan pesan verbal kita dengan gerakan nonverbal
- d. Untuk mengatur. Gerak gerak nonverbal dapat mengendalikan atau mengisyaratkan keinginan anda untuk mengatur arus pesan verbal
- e. Untuk mengulangi. Kita juga dapat mengulangi atau merumuskan ulang makna dari pesan verbal
- f. Untuk menggantikan. Komunikasi nonverbal juga dapat menggantikan pesan verbal. Misalnya, mengatakan oke dengan tangan tanpa berkata apa-apa.<sup>35</sup>

## 4.2 Komunikasi Tub'

Alat yang dipakai komunikasi non-verbal adalah tubuh. Gerakan tubuh, wajah, dan mata digunakan untuk mengomunikasikan pikiran dan perasaan. Gerakan tubuh dapat diklasifikasikan yaitu *emblem*, *illustrator*, *affect display*, *regulator* dan *adaptor*.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup>Rd. Nia Kania Kurniawati, *Komunikasi Antarpribadi : Konsep dan Teori Dasar*, h. 38.

<sup>36</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication*, alih bahasa Agus Maulana dengan judul *Komunikasi AntarManusia* (Jakarta: Professional Books, 1997), h. 187-193.



Emblem adalah perilaku non-verbal yang secara langsung menerjemahkan kata atau ungkapan. Emblem meliputi isyarat oke, jangan rebut, kemarilah, dan seterusnya. Emblem adalah pengganti non-verbal untuk kata-kata atau ungkapan tertentu, dipelajari dengan tanpa sadar, dan melalau proses peniruan. Sifatnya alamiah dan bermakna, serta memiliki kebebasan makna.

Ilustrator adalah perilaku non-verbal yang menyertai, secara harfiah mengilustrasikan pesan verbal. Misalnya, pandangan ke bawah dapat menunjukkan kesedihan atau depresi, menggerakkan kepala kea rah atas menunjukkan untuk membangunkan orang, gerakan tangan secara melingkar menggambarkan lingkaran, dan seterusnya. Sifatnya lebih alamiah, kurang bebas, dan lebih universal dibandingkan dengan emblem.

*Affect display* yaitu gerakan wajah yang mengandung makna emosional. Gerakan ini memperlihatkan rasa marah, benci, takut, gembira, sedih, semangat, dan kelelahan. Gerakan ini kurang bergantung pada pesan verbal dibandingkan ilustrator.

Regulator adalah perilaku non-verbal yang mengatur, memantau, memelihara, atau mengendalikan pembicaraan orang lain. Regulator terikat pada kultur dan tidak universal. Contoh, ketika mendengarkan orang lain berbicara, kita tidak pasif, biasanya kita menganggukkan kepala, mengerutkan bibir, menyesuaikan fokus mata, dan membuat berbagai suara paralinguistik seperti mm-mm, tsk.

Adaptor yaitu perilaku non-verbal yang dilakukan secara pribadi atau di muka umum tetapi tidak tidak terlihat, berfungsi untuk memenuhi kebutuhan tertentu dan dilakukan

sampai selesai. Contoh, bila kita sedang sendiri, kita akan menggaruk-garuk kepala sampai rasa gatal hilang, akan tetapi jika kita berada di muka umum, bila orang lain melihat, maka kita akan melakukan perilaku adaptor ini hanya sebahagian saja, misalnya menaruh jari di kepala dan menggaruknya sedikit dan tidak menggaruk cukup keras untuk menghilangkan gatal.

Selain gerakan tubuh, gerakan wajah juga dapat mengkomunikasikan pikiran dan perasaan. Gerakan wajah mengkomunikasikan macam-macam emosi, kualitas atau dimensi emosi. Pesan wajah dapat mengkomunikasikan kelompok emosi yaitu kebahagiaan, keterkejutan, ketakutan, kemarahan, kesedihan, dan muak atau penghinaan. Gerakan wajah juga mengkomunikasikan kebingungan dan ketetapan hati. Kelompok emosi di atas disebut *affect display primer*.

Selanjutnya, gerakan lainnya adalah gerakan mata. Mata dipandang sebagai sistem pesan non-verbal yang paling penting. Pesan-pesan yang dikomunikasikan oleh mata bervariasi tergantung pada durasi, arah, dan kualitas dari perilaku mata. Ada empat fungsi komunikasi dengan gerakan mata yaitu mencari umpan balik, menginformasikan pihak lain untuk berbicara, mengisyaratkan sifat hubungan, dan mengkompensasi jarak fisik yang menjauh. Seseorang yang menghindari kontak mata dapat mengisyaratkan ketiadaan minat terhadap seseorang, pembicaraan atau rangsangan visual tertentu. Memandang secara terus menerus pada seseorang adalah upaya sederhana untuk mendominasi, mengerling pada seseorang menunjukkan hasrat untuk afiliasi atau pendekatan. Melakukan kontak mata pada permulaan atau awal dari pernyataan verbal mengindikasikan keinginan untuk mendominasi pendengar, membuatnya memperhatikan

sesuatu, dan kontak mata pada akhir atau setelah pernyataan verbal mengindikasikan sebuah hubungan yang lebih dekat, keinginan untuk mendapatkan umpan balik atau tanggapan untuk melihat reaksi ketika mendengar.<sup>37</sup>

Selain gerakan mata, ukuran pupil mata atau pembesaran/pegecilan pupil mata juga menunjukkan minat dan tingkat kebangkitan emosi. Pupil mata yang membesar menunjukkan bahwa kita tertarik pada sesuatu, sikap atau obyek yang dinilai positif, dan pupil yang mengecil menunjukkan bahwa reaksi terhadap sikap atau obyek yang dinilai negatif.

### **4.3 Ruang, Kewilayahan dan Komunikasi Sentuhan**

Selain komunikasi dengan tubuh, wajah dan mata, manusia juga berkomunikasi dengan ruang, wilayah dan sentuhan. Bentuk-bentuk komunikasi ini terdapat dalam setiap transaksi komunikasi. Adapun bentuk komunikasi ini dapat dijelaskan berikut ini :

#### **a. Komunikasi Ruang**

Penggunaan ruang mengungkapkan diri manusia sejelas dan sepasti kata-kata dan kalimat. Komunikasi ruang disebut juga proksemik. Sebuah istilah yang diperkenalkan oleh antropologis Edward T.Hall tahun 1963. Proksemik atau *proximity* adalah kode nonverbal yang menunjukkan kedekatan dari dua objek yang mengandung arti. *Proximity* dibedakan atas *territory* atau *zone*. Edward T. Hall dalam Joseph A. Devito membagi kedekatan menurut *territory* atas empat

---

<sup>37</sup>John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 114-115.

macam yang menggambarkan macam hubungan yang dibolehkan dan masing-masing jarak ini mempunyai fasa dekat dan jauh.<sup>38</sup> Adapun keempat kedekatan tersebut yaitu :

1. Jarak intim

Jarak ini adalah jarak intim atau rahasia yaitu kedekatan yang berjarak 3-18 inchi atau 15 sampai 45 cm. Kehadiran seseorang sangat jelas. Masing-masing pihak dapat mendengar, mencium, dan merasakan nafas yang lain. Dalam fasa kedekatan ini, otot-otot dan kulit berkomunikasi, sedangkan verbalisasi aktual hanya sedikit saja perannya. Dalam fasa dekat ini suara bisikan mempunyai efek memperbesar jarak psikologis antara kedua orang yang terlibat. Pada fasa jauh memungkinkan untuk saling menyentuh dengan mengulurkan tangan. Jarak ini masih terlalu dekat sehingga dipandang tidak patut di muka umum.

2. Jarak pribadi

Jarak ini disebut wilayah pribadi yaitu kedekatan yang berjarak 18 inchi hingga 4 kaki atau antara 45 sampai 75 cm (fasa dekat) atau 75 sampai 120 cm (fasa jauh). Jarak ini melindungi diri dari sentuhan orang lain.

---

<sup>38</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication*, alih bahasa Agus Maulana dengan judul *Komunikasi AntarManusia*, h.197-199. Bandingkan dengan Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 126

### 3. Jarak sosial

Pada jarak ini kita kehilangan detail visual yang diperoleh dari jarak pribadi. Jarak sosial dapat juga disebut wilayah sosial yaitu kedekatan yang berjarak antara 4 sampai 12 kaki atau 120 sampai 210 cm atau 210 sampai 360 cm. Jarak ini dapat digunakan bila melakukan pertemuan bisnis dan interaksi pada pertemuan-pertemuan yang bersifat sosial. Jarak ini harus membuat kontak mata sangat penting, jika tidak akan kehilangan komunikasi. Suara pada umumnya lebih keras, akan tetapi berteriak atau menaikkan suara akan berdampak mengurangi jarak sosial ini ke jarak pribadi.

### 4. Jarak publik

Jarak ini disebut wilayah publik yaitu kedekatan yang berjarak 4 sampai 12 kaki atau sampai suara terdengar dalam jarak 25 kaki atau 360 sampai 450 cm untuk fasa dekat, lebih dari 750 cm untuk fasa jauh. Fasa dekat, seseorang terlindung dengan jarak dan dapat mengambil tindakan defensif bila terancam. Pada jarak ini, seseorang tidak dapat mengamati secara detail wajah dan mata orang tertentu, tetapi masih cukup dekat untuk melihat apa yang sedang berlangsung. Pada fasa jauh, melihat orang tidak sebagai individu yang terpisah melainkan sebagai bagian dari suatu kesatuan yang lengkap. Pada jarak ini, gerak-gerik maupun suara harus sedikit berlebihan agar tertangkap secara detail.

Dengan demikian, keempat jarak ini memungkinkan seseorang untuk mengkomunikasikan sesuatu dengan orang lain melalui ruang sebagai bagian dari komunikasi non-verbal.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi komunikasi ruang yaitu status, kultur, konteks, masalah yang dibahas, usia dan jenis kelamin, serta evaluasi positif dan negatif.<sup>39</sup>

**Status.** Orang yang memiliki status yang setara biasanya menjaga jarak lebih dekat diantara mereka dibandingkan dengan orang yang statusnya lebih tinggi. Orang yang statusnya lebih tinggi akan lebih rapat jika mendekati orang yang statusnya lebih rendah.

**Kultur.** Orang Amerika biasanya berdiri cukup jauh bila sedang bercakap-cakap. Lain halnya dengan orang Arab akan berdiri cukup dekat bila dia berkomunikasi.

**Konteks.** Umumnya, makin besar ruang fisik tempat seseorang berada, makin kecil jarak antarpribadi. Misalnya, jarak antara dua orang yang berbincang-bincang di jalan akan lebih kecil dibandingkan di rumah. Makin besar ruangan, maka akan semakin perlu saling mendekatkan diri untuk membuat konteks komunikasi terkendali.

Masalah yang dibahas. Jika seseorang membicarakan masalah pribadi atau berbagi rahasia, maka seseorang akan mengambil jarak yang dekat. Bila membicarakan hal-hal yang umum yang bukan pribadi, maka jarak yang diambil akan lebih besar.

---

<sup>39</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication*, alih bahasa Agus Maulana dengan judul *Komunikasi AntarManusia*, h.199-200.

Usia dan jenis kelamin. Wanita akan berdiri lebih berdekatan satu sama lain dibanding dengan pria, begitu juga wanita memungkinkan untuk bersentuhan satu sama lain dibanding wanita dan pria. Dengan demikian, ini menunjukkan bahwa menjaga jarak merupakan perilaku yang harus dipelajari.

Evaluasi positif dan negatif. Seseorang akan berdiri lebih dekat ketika dia bersama dengan kawannya, dan sebaliknya seseorang akan berdiri berjauhan dari musuhnya. Oleh karena itu, seseorang akan menjaga jarak lebih jauh bila dengan orang yang dinilai negatif.

Keenam faktor di atas mempengaruhi cara atau perlakuan kita memanfaatkan ruang dalam komunikasi.

## **b. Kewilayahan**

Kewilayahan mengacu pada reaksi posesif seseorang atas daerah atau objek tertentu. Jika seseorang memiliki wilayah strategis dan bergensi, maka akan dipastikan bahwa mereka memiliki banyak uang karena bisa membeli wilayah tersebut. Sifat kewilayahan merupakan sifat bawaan dan membuktikan sifat bawaan agresif dari manusia. Kewilayahan merupakan perilaku yang dipelajari dan didasarkan pada kultur.

Kewilayahan diidentikkan dengan penguasaan. Ketika seseorang memasuki wilayah orang lain maka harus mematuhi aturan-aturan yang telah ditentukan. Jika tidak, maka dia melakukan pelanggaran. Ada tiga macam

pelanggaran yaitu penodaan, invasi dan kontaminasi.<sup>40</sup>  
Berikut akan disajikan dengan menggunakan tabel yaitu :

**Tabel 4.1**  
**Tiga Jenis Pelanggaran Wilayah**

Jenis Pelanggaran	Definisi	Contoh
Penodaan	Penggunaan tanpa izin wilayah orang lain	Memasuki ruang kantor atau rumah orang lain tanpa izin
Invasi	Memasuki wilayah orang lain dan karenanya mengubah makna dari wilayah itu	Orangtua memasuki kelompok sosial remaja
Kontaminasi	Mencemari suatu wilayah	Mengisap cerutu/rokok di kamar tidur

Ketika terjadi pelanggaran wilayah, maka seseorang akan memberi reaksi terhadap pelanggaran tersebut. Reaksi pelanggaran tersebut dapat berupa pertahanan wilayah, isolasi, persekongkolan linguistik, dan penarikan diri.<sup>41</sup>

Pertahanan wilayah yaitu membela wilayah dan berusaha menyingkirkan orang yang akan mengambil wilayah kita. Isolasi yaitu membuat penghalang atau

---

<sup>40</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication*, alih bahasa Agus Maulana dengan judul *Komunikasi AntarManusia*, h. 201.

<sup>41</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication*, alih bahasa Agus Maulana dengan judul *Komunikasi AntarManusia*, h. 201-202.



perintang antara diri kita dengan penyerbu. Misalnya dalam komunikasi, seseorang menggunakan kacamata untuk menghindari kontak mata. Selanjutnya, persekongkolan linguistik yaitu memisahkan diri dengan orang yang akan menguasai wilayah kita dengan menggunakan bahasa yang tidak dikenal oleh pihak luar, menggunakan jargon-jargon profesional yang tidak mereka kuasai, atau menggunakan kode-kode linguistik lainnya. Terakhir, penarikan diri yaitu meninggalkan wilayah tersebut. Agar tidak terjadi hal yang diinginkan dalam kewilayahan, maka seseorang dapat membuat alat atau sarana dalam mengidentifikasi wilayah tertentu sebagai milik kita yang disebut dengan marka.

Marka meliputi marka sentral, batas dan taktik.<sup>42</sup> Marka sentral yaitu benda yang diletakkan di suatu wilayah yang dicanangkan untuk kita. Misalnya, kita meletakkan minuman atau tas di meja atau bangku kita, jaket di kursi kita sebagai isyarat bahwa wilayah itu sudah ditempati. Marka batas menetapkan batas-batas yang memisahkan wilayah kita dari wilayah lainnya. Misalnya, lengan kursi merupakan pembatas antara kursi yang satu dengan yang lain. Marka taktik yaitu marka yang mengidentifikasikan dengan memperlihatkan kepemilikan seseorang atas suatu wilayah atau objek. Misalnya, memberikan inisial di topi, merek dagang, pelat nama di DD mobil, dan seterusnya.

### c. Komunikasi Sentuhan

Sentuhan atau *touch* secara formal dikenal sebagai *haptics* yaitu menempatkan bagian dari tubuh dalam kontak dengan sesuatu. Ini adalah bentuk komunikasi nonverbal

---

<sup>42</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication*, alih bahasa Agus Maulana dengan judul *Komunikasi AntarManusia*, h. 202.

yang biasa dialami. Bagi balita, sentuhan merupakan alat utama untuk menerima pesan-pesan mengenai kasih sayang dan kenyamanan. Perilaku menyentuh merupakan aspek fundamental komunikasi nonverbal pada umumnya dan mengenai pengenalan diri atau *self-presentation* pada khususnya. Bagian tubuh yang biasa digunakan untuk menyentuh adalah tangan, lengan, bagian-bagian tubuh lainnya untuk menepuk, merangkul, mencubit, memukul, mencium, memegang, menggelitik, dan memeluk. Melalui komunikasi ini, maka seseorang mengkomunikasikan macam-macam emosi dan pesan.<sup>43</sup>

Komunikasi sentuhan, dilihat dari segi perkembangan, merupakan rasa pertama yang kita gunakan. Sejak dalam kandungan, bayi sudah dirangsang oleh sentuhan, dan setelah lahir bayi dipeluk, dibelai, ditepuk dan dielus. Selanjutnya, bayi mengenal dunia melalui sentuhan, dan dalam waktu singkat bayi belajar mengkomunikasikan beragam makna melalui sentuhan.

Sentuhan memiliki makna yaitu afeksi positif, bercanda, mengendalikan, ritual, dan keterkaitan dengan tugas.<sup>44</sup> Afeksi positif atau emosi positif terjadi utamanya antara pasangan intim atau seseorang memiliki hubungan yang relatif dekat. Bercanda merupakan sentuhan yang mengkomunikasikan keinginan kita dengan perasaan kasih sayang ataupun secara agresif. Bila seseorang mengkomunikasikan afeksi dengan cara bercanda, emosi akan kendur dan ini mengisyaratkan kepada orang lain

---

<sup>43</sup>Muhammad Budyatna, *Teori Komunikasi Antarpribadi : Suatu Pengantar* (Cet. IV; Jakarta: Prenadamedia Group), h. 129-130

<sup>44</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication*, alih bahasa Agus Maulana dengan judul *Komunikasi AntarManusia*, h. 203-205.

untuk tidak memandangnya terlalu serius. Sentuhan canda akan memeriahkan interaksi. Selain bercanda, makna lain dari sentuhan adalah mengarahkan atau mengendalikan. Sentuhan mengarahkan perilaku, sikap, atau perasaan orang lain. Pengarahan dapat mengkomunikasikan banyak pesan. Dalam bentuk perintah, seseorang menyentuh orang lain untuk mengkomunikasikan “pindahlah, tetaplah di sini, dan kerjakan.” Selanjutnya, makna lain yaitu ritual. Sentuhan ritualistik terpusat pada salam dan perpisahan. Menjabat tangan untuk mengatakan halo atau sampai jumpa. Ini merupakan contoh yang jelas dari sentuhan ritualistic. Sentuhan ritual juga meliputi pelukan, ciuman, atau meletakkan lengan di bahu orang lain ketika memberi salam atau mengucapkan selamat berpisah. Makna yang terakhir yaitu keterkaitan dengan tugas. Sentuhan yang berkaitan dengan tugas dilakukan sehubungan dengan pelaksanaan fungsi tertentu. Ini dapat bermacam-macam mulai dari menghilangkan debu dari kera baju seseorang sampai membantu seseorang keluar dari mobilnya atau menyentuh dahi seseorang untuk mengetahui ia sakit atau demam.

Menurut bentuknya, sentuhan badan dibagi atas tiga macam yaitu :

a. *Kinesthetic*

Sentuhan ini merupakan isyarat yang ditunjukkan dengan bergandengan tangan satu sama lain sebagai symbol keakraban atau kemesraan

b. *Sociofugal*

Sentuhan ini merupakan isyarat yang ditunjukkan dengan jabat tangan atau saling merangkul.

c. *Thermal*

Sentuhan ini merupakan isyarat yang ditunjukkan dengan sentuhan badan yang terlalu emosional sebagai tanda persahabatan yang begitu intim. Misalnya, menepuk punggung karena sudah lama tidak bertemu.<sup>45</sup>

Manusia mempunyai kebutuhan untuk menyentuh dan disentuh. Begitu juga mempunyai kecenderungan untuk menghindari sentuhan dari orang tertentu atau dalam situasi tertentu. Penghindaran ini mengacu kepada keinginan seseorang untuk tidak menyentuh orang lain dan menghindari sentuhan orang lain; ini diketahui berhubungan dengan perasaan khawatir, pengungkapan diri, usia dan jenis kelamin. Umumnya, wanita menyentuh dan disentuh lebih banyak dibandingkan dengan pria. Pola sentuhan sangat berbeda antara kultur yang satu dengan kultur yang lainnya. Baik perbedaan jenis kelamin maupun kultur dalam perilaku sentuhan lebih banyak dipelajari disbanding yang dibawa sejak lahir.<sup>46</sup> Dengan demikian, sentuhan merupakan bentuk komunikasi nonverbal yang memiliki beragam makna dan sudah ada pada zaman primitif.

#### **4.4 Parabahasa dan Waktu**

Parabahasa dan waktu adalah dua elemen komunikasi nonverbal yang seringkali berfungsi di bawah sadar. Namun, pembicara atau pendengar yang salah menerapkan aturan-aturan tak tertulis di bidang ini dipandang tidak mempunyai keterampilan komunikasi sosial.

---

<sup>45</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 123.

<sup>46</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication*, alih bahasa Agus Maulana dengan judul *Komunikasi AntarManusia*, h. 209.

Parabahasa mengacu pada dimensi vokal tetapi nonverbal dari pembicaraan. Ini meliputi kecepatan, tekanan, volume, resonansi, dan kualitas vokal, *pause* dan nada ragu. Dengan parabahasa, seseorang dapat membuat penilaian tentang orang, giliran bicara, dan kebolehan-dipercaya.

Waktu dapat dilihat setidaknya-tidaknyanya dari dua sudut pandang yaitu kultural dan psikologis. Waktu kultural menyangkut bagaimana kultur seseorang mendefinisikan dan mengajarkan tentang waktu, dan menyangkut kesulitan-kesulitan yang ditimbulkan oleh perbedaan makna yang ditangkap atau dipahami orang mengenai istilah-istilah waktu informal. Waktu psikologis menyangkut orientasi waktu seseorang, apakah masa lalu, masa kini, atau masa depan. Pesan yang dikomunikasikan oleh waktu sangat dipengaruhi oleh pertimbangan status dan aturan-aturan sosial mengenai kepatutan dan ketidakpatutan.

Panjangnya atau lamanya waktu kita gunakan secara bersama dengan orang lain dapat merupakan faktor penting dalam pengembangan hubungan. Seperti halnya ruang, dimensi waktu terikat pada dimensi informasi. Makin lama seseorang berhubungan dengan orang lain maka makin besar kemungkinan untuk mendapatkan informasi tentang orang tersebut berkenaan dengan pengembangan hubungan komunikasi antarpribadi.<sup>47</sup>

Kedua elemen antara parabahasa dan waktu harus dipahami dengan baik agar terhindar dari kesalahan-kesalahan yang menyangkut aturan komunikasi sosial.

---

<sup>47</sup>Muhammad Budyatna, *Teori Komunikasi Antarpribadi : Suatu Pengantar*, h. 48-49.

# Latihan !

1. Apa yang dimaksud dengan komunikasi nonverbal?
2. Kemukakan fungsi dan universal dalam komunikasi nonverbal!
3. Kode-kode presentasional apa saja yang ada pada komunikasi nonverbal!
4. Jelaskan 3 klasifikasi gerakan tubuh sebagai bentuk komunikasi nonverbal!
5. Bagaimana bentuk komunikasi berdasarkan ruang, wilayah dan sentuhan dalam komunikasi nonverbal? Jelaskan!



# 05

## *Komunikasi dan Hubungan Antarpribadi*

---

### **A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah**

Bab ini membahas tentang definisi, karakteristik, dan daya tarik antarpribadi dalam komunikasi antarpribadi, pengembangan dan perusakan hubungan, meningkatkan komunikasi antarpribadi dan manajemen konflik serta wawancara dalam komunikasi antarpribadi.

### **B. Pedoman Mempelajari Materi**

Pahami dengan jelas isi materi mengenai pentingnya mempelajari konsep komunikasi antarpribadi, pengembangan, dan hal-hal yang dapat merusak komunikasi antarpribadi, meningkatkan komunikasi antarpribadi, manajemen konflik, dan wawancara sebagai bentuk komunikasi antarpribadi.



### **C. Tujuan Pembelajaran**

1. Mahasiswa dapat mengetahui konsep komunikasi antarpribadi.
2. Mahasiswa dapat menjelaskan tentang pengembangan dan hal-hal yang merusak dalam hubungan antarpribadi.
3. Mahasiswa dapat menjelaskan tentang peningkatan komunikasi antarpribadi dan manajemen konflik.
4. Mahasiswa dapat mengetahui salah satu bentuk komunikasi antarpribadi yaitu wawancara.

### **D. Materi Kuliah:**

#### **5.1 Komunikasi, Hubungan dan Daya Tarik Antarpribadi**

Manusia adalah makhluk sosial, tak bisa hidup tanpa bantuan dari pihak lain. Secara naluri, manusia butuh kasih sayang, teman bicara, pertolongan, dan berbagai kebutuhan biologis dan sosiologis lainnya. Sejak Adam diciptakan, sejak itu pula ia meindukan komunikasi dengan yang lain. Dalam sebuah riwayat disebutkan bahwa ketika Adam masih sendirian di awal kehidupannya ia merasa kesepian, maka Allah swt menciptakan teman berlawanan jenis, Hawwa yang menjadi istrinya. Dengan adanya lawan bicara, mereka dapat mengutarakan pikiran, kehendak, perasaan suka dan duka yang dialami masing-masing individu.<sup>48</sup>

Tidak dapat dibayangkan, betapa rumitnya hidup ini tanpa komunikasi. Tidak ada seorang manusia pun yang mampu menyelesaikan semua masalah yang dihadapinya tanpa keterlibatan orang lain. Komunikasi menjadi sangat

---

<sup>48</sup>Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama Republik Indonesia, *Komunikasi dan Informasi: Tafsir Al-Qur'an Tematik* (Cet. I; Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2011), h. 116.

urgen untuk dilakukan baik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun antara kelompok dengan kelompok.

Dalam al-Qur'an terdapat banyak ayat dalam bentuk dialog yang dikategorikan sebagai komunikasi antarpribadi antara individu dengan individu lainnya. Misalnya, komunikasi Nabi Ibrahim dengan anaknya Ismail, sebagaimana termaktub dalam Surah as-Saffat/37:102, begitu juga dialog antara Musa dengan asistennya dalam perjalanan akademik sebagaimana dalam Surah al-Kahf/18:62-64, demikian halnya perjanjian antara Musa dengan Syaikh Madyan (Syu'aib), dan seterusnya.

Komunikasi antarindividu itu adakalanya terjadi hanya satu arah dan adakalanya dua arah. Komunikasi satu arah dapat dilihat pada Surah Luqman/31:13 :

وَإِذْ قَالَ لُقْمَانُ لِابْنِهِ وَهُوَ يَعِظُهُ يَا بُنَيَّ لَا تُشْرِكْ بِاللَّهِ إِنَّ الشِّرْكَ لَظُلْمٌ

عَظِيمٌ ﴿١٣﴾

Terjemahnya :

Dan (ingatlah) ketika Luqman berkata kepada anaknya, di waktu ia memberi pelajaran kepadanya: "Hai anakku, janganlah kamu mempersekutukan Allah, Sesungguhnya mempersekutukan (Allah) adalah benar-benar kezaliman yang besar".

Dalam ayat ini, dijelaskan bahwa Lukman aktif berkomunikasi secara monolog dengan memberi nasehat kepada anaknya. Hikmah yang ada dalam ayat ini dibagikan

kepada orang lain khususnya kepada anaknya sebagai bentuk pewarisan nilai-nilai akidah, ibadah, dan akhlak. Lukman mengkomunikasikan kepada anaknya dalam bentuk nasehat-nasehat bijak yang diharapkan menjadi sikap hidup yang diamalkan secara optimal dalam kehidupan sehari-hari.

Komunikasi antarindividu dengan cara dua arah (dialog) ditemukan dalam banyak ayat al-Qur'an. Berikut ini ditampilkan dua diantaranya masing-masing Surah as-Saffat/37:102 dan Taha/20:92-94, karena kedua ayat ini berbeda dalam suasana (setting) perasaan para pelaku komunikasi dua arah :

فَلَمَّا بَلَغَ مَعَهُ السَّعْيَ قَالَ يَبْنَؤِيْ اِنِّيْ اَرَى فِي الْمَنَامِ اَنِّيْ اَذْنُكَ فَانظُرْ مَاذَا تَرَى ۗ قَالَ يَتَابَتِ اَفْعَلُ مَا تُؤْمَرُ سَتَجِدُنِيْ اِنْ شَاءَ اللّٰهُ مِنَ الصّٰبِرِيْنَ ﴿١٠٢﴾

Terjemahnya :

Maka tatkala anak itu sampai (pada umur sanggup) berusaha bersama-sama Ibrahim, Ibrahim berkata: "Hai anakku Sesungguhnya aku melihat dalam mimpi bahwa aku menyembelihmu. Maka fikirkanlah apa pendapatmu!" ia menjawab: "Hai bapakku, kerjakanlah apa yang diperintahkan kepadamu; insya Allah kamu akan mendapatiku Termasuk orang-orang yang sabar". (Surah as-Saffat/37:102).

قَالَ يَهْرُونَ مَا مَنَعَكَ إِذْ رَأَيْتَهُمْ ضَلُّوا ۖ أَأَلَّا تَتَّبِعَ ۚ أَفَعَصَيْتَ أَمْرِي  
 قَالَ يَبْنَؤُمْ لَا تَأْخُذْ بِلِحْيَتِي وَلَا بِرَأْسِي ۚ إِنِّي خَشِيتُ أَنْ تَقُولَ فَرَّقْتَ بَيْنَ  
 بَنِي إِسْرَائِيلَ وَلَمْ تَرْقُبْ قَوْلِي ﴿٣٧﴾

Terjemahnya :

Berkata Musa: "Hai Harun, apa yang menghalangi kamu ketika kamu melihat mereka telah sesat, sehingga kamu tidak mengikuti Aku? Maka Apakah kamu telah (sengaja) mendurhakai perintahku?" Harun menjawab' "Hai putera ibuku, janganlah kamu pegang janggutku dan jangan (pula) kepalaku; Sesungguhnya aku khawatir bahwa kamu akan berkata (kepadaku): "Kamu telah memecah antara Bani Israil dan kamu tidak memelihara amanatku".  
 (Taha/20:92-94)

Komunikasi dua arah pada ayat pertama, as-Saffat/37:102, terjadi dalam suasana yang akrab namun cukup mencekam. Ketika Nabi Ibrahim menyampaikan maksud perintah Allah dalam komunikasi lembut dan sopan, ia masih menunggu jawaban antara setuju dan tidak setuju dari puteranya. Ini adalah komunikasi yang sangat demokratis, terutama karena menyangkut hak asasi paling dasar atau hak hidup seorang manusia. Akan tetapi, suasana komunikasi ini menjadi cair ketika dengan tenang dan pasti, putera semata wayang saat itu member jawaban mengharukan tanda setuju karena kepatuhan kepada Yang Maha Kuasa.

Sementara itu, pada ayat kedua, Taha/20: 92-94, suasana komunikasi sangat menegangkan, karena Musa sangat marah sambil mempersalahkan saudaranya, Harun,

yang dianggap tak mampu membina umat saat ia tidak berada di tengah-tengah kaumnya. Dengan nada garang sambil menarik jenggot dan menjambak rambut saudaranya, ia menginterogasinya dengan menanyakan mengapa perbuatan syirik kaumnya tak mampu ia cegah. Dalam suasana tegang, Harun menggunakan komunikasi lembut yang menyentuh perasaan, dengan menyadarkan Musa bahwa mereka bersaudara dan lahir dari rahim yang sama sehingga tidak perlu cara introgasi dengan kekerasan. Setelah dilepaskan, Harun dapat member alasan tentang kemelut itu sebagaimana dapat dipahami dari rangkaian ayat tersebut di atas.

Selain komunikasi antarindividu, komunikasi juga terjadi dalam kehidupan sehari-hari dari individu berhadapan dengan kelompok atau sebaliknya, kelompok berkomunikasi dengan individu. Komunikasi dengan model ini dapat dijumpai dalam penuturan ayat-ayat Al-Qur'an. Pada umumnya berkenaan dengan relasi antara Nabi, Rasul dengan kaumnya. Komunikasi antara individu dengan kelompok terlihat dalam QS. At-Taubah/9:92 yang berkisah tentang sekelompok sahabat yang berdialog dengan Nabi menjelang pemberangkatan ke medan jihad :

وَلَا عَلَى الَّذِينَ إِذَا مَا اتَّوَكَّ لِيَتَحْمِلَهُمْ قُلْتَ لَا أُجِدُ مَا أَحْمِلُكُمْ عَلَيْهِ تَوَلَّوْا

وَأَعْيُنُهُمْ تَفِيضُ مِنَ الدَّمْعِ حَزَنًا أَلَّا يَجِدُوا مَا يُنْفِقُونَ ﴿٩٢﴾

Terjemahnya :

Dan tiada (pula) berdosa atas orang-orang yang apabila mereka datang kepadamu, supaya kamu memberi mereka kendaraan, lalu kamu berkata: "Aku tidak memperoleh kendaraan untuk membawamu." lalu mereka kembali,

sedang mata mereka bercucuran air mata karena kesedihan, lantaran mereka tidak memperoleh apa yang akan mereka nafkahkan (untuk berperang).

Ayat ini turun berkenaan dengan kelompok tujuh yang mengharapkan, bahkan merindukan untuk dapat ikut serta dalam perang melawan orang kafir pada Perang Tabuk, sebagian ahli tafsir mengatakan pada Perang Khandaq, namun tidak ada lagi fasilitas angkutan untuk memobilisasi mereka. Di sisi lain, mereka tak mampu memberi kontribusi dalam bentuk dukungan finansial sebagai bentuk kompensasi tidak bisa ikut serta. Dalam suasana seperti itu, semuanya menangis sedih karena tak mampu melakukan apa-apa dalam rangka berjuang membela dan menegakkan agama Islam yang mereka rindukan bersama dengan Nabi Muhammad saw. Dan sahabat-sahabat lain. Isi komunikasi mereka bersifat verbal dan nonverbal. Ketika Nabi memberi jawaban bahwa beliau tidak mendapatkan lagi alat transportasi yang dapat mengangkut mereka dan perlengkapan perang, mereka kembali sambil terisak campur sedih karena merasa tak mampu memberi kontribusi apa-apa, baik fisik maupun finansial, pada jihad bela agama.<sup>49</sup> Dengan demikian, komunikasi dapat dilakukan secara verbal melalui kata-kata dan dapat juga dilakukan dengan nonverbal melalui ekspresi atau gerakan tubuh. Komunikasi juga dapat terjadi antara individu dengan individu, individu dengan kelompok atau sebaliknya.

Komunikasi antarpribadi merupakan penyampaian informasi antara dua orang dalam memperoleh makna,

---

<sup>49</sup>Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama Republik Indonesia, *Komunikasi dan Informasi: Tafsir Al-Qur'an Tematik*, h. 119-120.

identitas, dan hubungan-hubungan melalui komunikasi antarmanusia.

Jika ditinjau dari sifatnya, komunikasi antarpribadi dapat dibagi menjadi dua yaitu komunikasi diadik dan komunikasi kelompok kecil (*small group communication*). Secara definitif, komunikasi diadik yaitu proses komunikasi yang berlangsung antara 2 orang dalam situasi tatap muka. Sedangkan komunikasi kelompok kecil yaitu proses komunikasi yang berlangsung antara 3 atau lebih orang secara tatap muka dan anggota saling berinteraksi satu sama lain.<sup>50</sup>

Menurut Brant R. Burleson dalam Muhaammad Budyatna, komunikasi antarpribadi dapat di lihat dalam tiga perspektif yaitu perspektif situasional, perspektif perkembangan dan perspektif interaksional.<sup>51</sup>

Komunikasi antarpribadi dalam perspektif situasional, membedakan bentuk-bentuk komunikasi atas dasar mengenai ciri-ciri daripada konteks komunikasi, dan yang terpenting adalah mengenai jumlah komunikator, kedekatan fisik para komunikator, tersedianya saluran-saluran komunikasi terutama saluran komunikasi nonverbal dan umpan balik langsung yang diterima oleh komunikator. Jadi komunikasi antarpribadi secara khusus terjadi antara dua orang yang terlibat dalam interaksi tatap muka yang menggunakan saluran-saluran verbal maupun nonverbal dan memiliki akses kepada umpan balik langsung.

---

<sup>50</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Cet. XVII; Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 86-87.

<sup>51</sup>Muhammad Budyatna, *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antarpribadi* (Cet. I; Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h. 6-10.

Komunikasi antarpribadi dalam perspektif perkembangan, dimulai dengan membedakan antara komunikasi impersonal dan antarpribadi. Dalam komunikasi impersonal menjalin hubungan terhadap satu sama lain sebagai peran sosial bukan sebagai pribadi yang berbeda dengan memilih pesan-pesan yang mempengaruhi pihak lain berdasarkan kultur dan pengetahuan sosiologis. Sedangkan komunikasi antarpribadi, berhubungan terhadap satu sama lain sebagai pribadi yang unik dengan memilih pesan-pesan pada informasi psikologis yang spesifik mengenai pihak lain. Baik komunikasi impersonal dan antarpribadi membentuk sebuah rangkaian kesatuan. Misalnya, ketika seseorang pertama kali bertemu, mereka hanya terlibat dalam komunikasi impersonal, akan tetapi apabila interaksi berlanjut dan para partisipan mengemukakan dan mempertukarkan lebih banyak informasi pribadi mengenai satu sama lain, maka hubungan dan interaksi mereka dapat menjadi lebih bersifat antarpribadi.

Komunikasi antarpribadi dalam perspektif interaksional memfokuskan pada pengungkapan sifat dan pengertian mengenai interaksi manusia daripada mencoba mengidentifikasi esensi yang berbeda mengenai komunikasi antarpribadi. Jadi, dalam perspektif ini komunikasi antarpribadi sebagai penyesuaian atau pengaruh timbal balik dan sifat interaksionalnya menekankan bahwa untuk terjadinya komunikasi antarpribadi, setiap orang harus mempengaruhi pola-pola perilaku yang dapat diamati dari pihak lain yang berhubungan dengan pola-pola khas atau dasar mereka.



Adapun ciri-ciri komunikasi antarpribadi yaitu komunikasi dilakukan secara tatap muka, proses komunikasinya bebas tanpa aturan secara sistematis, kedudukan sama atau hampir sama atau tidak ada dominasi pembicaraan, dan sumber dan penerima sulit dibedakan karena keduanya bertindak sebagai komunikator (sumber pesan) sekaligus sebagai komunikan (penerima pesan).<sup>52</sup>

Pearson dalam Iswandi Syahputra mengemukakan bahwa ada enam kegiatan yang dapat disebut sebagai komunikasi antarpribadi yaitu dimulai dari diri sendiri, bersifat transaksional (ada transaksi pesan antara diri pribadi dengan orang lain), mencakup isi pesan yang bersifat hubungan antarpribadi, ada kedekatan fisik antara orang yang berkomunikasi, melibatkan pihak yang saling tergantung, dan tidak dapat diubah ataupun diulang.<sup>53</sup>

Dalam suatu hubungan antarpribadi, komunikasi menjadi suatu sumber yang penting untuk mengidentifikasi pribadi dan dalam mengekspresikan siapa diri kita, dan itu adalah cara utama kita membangun, memperbaiki, mempertahankan dan mengubah hubungan baik dengan orang lain. Daya tahan dalam hubungan antarpribadi tergantung kepada kemampuan kita untuk berkomunikasi secara efektif.

Hubungan akan muncul jika terdapat proses pesan yang timbal balik, ketika dua atau lebih individu bereaksi kepada perilaku verbal dan nonverbal orang lain melalui sarana komunikasi interpersonal bahwa hubungan dimulai, tumbuh dan berkembang, serta memburuk. Hubungan akan mengalami kemajuan melalui serangkaian tahapan secara

---

<sup>52</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 88.

<sup>53</sup>Iswandi Syahputra, *Ilmu Komunikasi: Tradisi, Perspektif dan Teori* (Cet. I; Yogyakarta: Calpulis, 2016), h. 51.

relatif dapat diprediksi, mulai dari segi pertemuan sosial awal, maju ke tahap peningkatan interaksi dan penciptaan aturan bersama.<sup>54</sup>

Hubungan akan bermakna apabila kita tahu bagaimana mengekspresikan perasaan, kebutuhan, dan ide-ide kita dengan cara yang orang lain dapat mengerti. Dengan komunikasi ini, baik verbal dan nonverbal dapat memberitahukan kepada kita termasuk orang yang menghargai, ramah, menutup diri, peduli atau tidak peduli, berekspresi secara emosi atau berhati-hati, mementingkan diri sendiri atau tertarik pada orang lain, tegas atau pasif, menerima atau menghakimi, dan lain sebagainya. Olehnya itu, dibutuhkan keterampilan komunikasi antarpribadi agar membuat iklim yang mendukung atau menguatkan hubungan komunikasi yang sehat, menjadi pendengar yang sensitif dan responsif terhadap orang lain dalam kehidupan sehari-hari sehingga orang lain akan merasa aman, bersikap terbuka dan jujur dengan kita.

Cara atau gaya seseorang berkomunikasi akan mencerminkan identitas pribadi dan sudut pandang orang lain atau sudut pandang sosial. Dengan cara atau gaya mengolah komunikasi, seseorang akan membuka peluang untuk belajar tentang orang lain dan diri sendiri. Semakin banyak kita berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki latar belakang yang berbeda, keyakinan, gaya komunikasi yang berbeda, maka kita akan semakin tumbuh menjadi pribadi dan anggota dari masyarakat dunia.

---

<sup>54</sup>Brent D. Ruben dan Lea P. Stewart, *Communication and Human Behavior* diterjemahkan oleh Ibnu Hamad dengan Judul *Komunikasi dan Perilaku Manusia* (Cet. I; Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 293-294.

Dalam hubungan antarpribadi dapat diidentifikasi dengan dua karakteristik penting yaitu pertama, hubungan antarpribadi berlangsung melalui beberapa tahap mulai dari tahap kontak, keterlibatan, keakraban, perusakan sampai pada pemutusan, kedua, hubungan antarpribadi berbeda-beda dalam hal keluasan dan kedalaman hubungan.

Tahapan dalam komunikasi antarpribadi dapat dijelaskan melalui tabel berikut ini :

<b>Tahapan Komunikasi Antarpribadi</b>	<b>Penjelasan</b>
<b>Kontak</b>	Tahapan ini dimulai dengan membuat kontak. Persepsi alat indera digunakan, baik melihat, mendengar, dan merasa bau seseorang. Tahapan inilah dalam 4 menit pertama terjadi interaksi awal, apakah hubungan ini akan dilanjutkan atau tidak. Tahapan ini, penampilan fisik begitu penting karena dimensi fisik paling terbuka untuk diamati secara mudah. Selain itu, kualitas-kualiitas lainnya seperti sikap bersahabat, kehangatan, keterbukaan, dan dinamisme juga terungkap pada tahap ini. Jika hubungan dalam kontak ini, anda menyukai orang ini maka akan dilanjutkan pada tahapan berikutnya.
<b>Keterlibatan</b>	Tahap ini adalah tahap pengenalan lebih jauh. Ketika seseorang mengikat diri untuk lebih mengenal orang lain

	<p>dan juga mengungkapkan diri kita. Jika ini adalah hubungan yang bersifat romantik, maka akan melakukan hubungan kencan pada tahap ini dan jika ini adalah hubungan persahabatan, maka akan melakukan sesuatu yang menjadi minat bersama, seperti pergi ke shopping atau ke toko buku atau pun pergi nonton pertandingan bola. Setelah tahap ini, maka akan dilanjutkan ke tahap keakraban.</p>
<p><b>Keakraban</b></p>	<p>Pada tahap keakraban, seseorang akan mengikat dirinya lebih jauh pada orang yang dikenal dan membina hubungan primer yaitu menjadikan sahabat atau kekasih. Bentuk dari komitmen ini adalah perkawinan, membantu orang tertentu atau mengungkapkan rahasia terbesarnya kepada orang tertentu. Tahap ini hanya disediakan untuk 1 orang sampai 4 orang saja.</p>
<p><b>Perusakan</b></p>	<p>Dua tahap selanjutnya merupakan penurunan hubungan. Ketika ikatan di antara kedua pihak melemah. Pada tahap ini, mulai merasa bahwa hubungan ini mungkin tidaklah sepenting yang dipikirkan sebelumnya. Hubungan ini akan semakin jauh. Makin sedikit waktu senggang yang dilalui bersama dan</p>

	bila bertemu, maka saling berdiam diri, tidak lagi banyak mengungkapkan diri. Jika ini berlanjut, maka akan memasuki tahap pemutusan hubungan.
<b>Pemutusan</b>	Tahap ini adalah pemutusan ikatan yang mempertalikan kedua pihak. Jika bentuk ikatan itu adalah perkawinan, pemutusan hubungan dilambangkan dengan perceraian, walaupun pemutusan hubungan aktual dapat berupa hidup berpisah

Selain identifikasi karakteristik di atas, hubungan antarpribadi juga berbeda-beda dalam hal keluasan dan kedalaman hubungan. Hubungan dapat diuraikan menurut jumlah topik yang dibicarakan oleh dua orang, dan derajat persoalan dan masalah yang mereka lekatkan pada topik-topik tersebut. Banyaknya topik yang seseorang komunikasikan disebut keluasan atau *breadth*, dan derajat dalam persoalan bagi individu disebut kedalaman atau *depth*.

Dalam mengembangkan hubungan, salah satu variabel yang sangat penting dan paling banyak ditelaah adalah daya tarik atau *attraction*. Ada lima faktor utama yang mempengaruhi daya tarik yaitu :

a. Daya Tarik Fisik dan Kepribadian

Kebanyakan manusia lebih menyukai orang secara fisik menarik dibandingkan dengan orang secara fisik tidak menarik, dan manusia menyukai orang yang memiliki kepribadian menyenangkan dibandingkan dengan yang tidak memiliki kepribadian yang tidak menyenangkan atau buruk.

b. Kedekatan

Kedekatan merupakan factor yang membuat seseorang mengembangkan hubungan. Semakin dekat seseorang maka semakin banyak kesempatan untuk berinteraksi.

c. Pengukuhan

Penghargaan atau pengukuhan dapat bersifat sosial seperti pujian, dan bersifat material seperti hadiah atau promosi. Penghargaan efektif, jika diberikan secara tulus dan tidak didorong oleh kepentingan pribadi.

d. Kesamaan

Pada umumnya, seseorang menyukai orang lain karena sama dalam hal kebangsaan, suku, kemampuan, karakteristik fisik, kecerdasan, dan terkhusus pada sikap dan selera yang sama. Makin penting sikap, maka semakin penting kesamaan.

e. Komplementaritas

Komplementaritas merupakan sifat saling melengkapi. Prinsip kesamaan meramalkan bahwa seseorang akan tertarik kepada mereka yang memiliki kemiripan, artinya sangat dogmatis. Prinsip komplementaritas meramalkan bahwa seseorang akan tertarik kepada mereka yang tidak serupa dengannya, artinya tidak dogmatis.

Kelima faktor di atas merupakan daya tarik dalam mengembangkan komunikasi antarpribadi. Seseorang akan tertarik kepada orang-orang tertentu dan tidak kepada yang lain sesuai dengan daya tarik baik fisik, kepribadian, kedekatan, penghargaan, kesamaan dan saling melengkapi.

## 5.2 Pengembangan dan Perusakan Hubungan

Setiap hubungan bersifat unik. Begitu juga dalam membina hubungan karena alasan-alasan yang unik. Ada beberapa alasan dalam mengembangkan hubungan dan proses memprakarsai hubungan. Adapun alasan-alasan umum untuk mengembangkan hubungan yaitu :

a. Mengurangi kesepian

Kontak dengan sesama manusia mengurangi kesepian. Adakalanya kita mengalami kesepian karena secara fisik kita sendiri, walaupun kesendirian tidak selalu kesepian. Upaya untuk mengurangi kesepian berusaha menambah banyak kenalan. Ini akan membantu dan dengan ini kita berusaha membina hubungan antarpribadi.

b. Mendapatkan rangsangan

Manusia membutuhkan simulasi. Kontak antarmanusia merupakan salah satu cara terbaik untuk mendapatkan simulasi. Manusia merupakan gabungan dari banyak dimensi yang berbeda-beda dan semua dimensi manusia membutuhkan simulasi. Manusia adalah makhluk intelektual, dan karenanya kita membutuhkan simulasi intelektual. Manusia membicarakan gagasan, mengikuti kegiatan kelas, dan berdebat tentang interpretasi yang berbeda mengenai sebuah film atau novel. Dengan cara ini manusia mengasah kemampuan penalaran, analitik, dan interpretasi.

c. Mendapatkan pengetahuan diri

Manusia berkomunikasi dengan manusia lainnya untuk mengenal dirinya. Melihat diri dapat diketahui melalui orang lain. Persepsi diri sangat dipengaruhi oleh apa

yang diyakini dan dipikirkan orang lain tentang diri sendiri.

- d. Memaksimalkan kesenangan dan meminimalkan penderitaan.

Alasan paling umum untuk membina hubungan, dan alasan yang dapat mencakup semua alasan lainnya adalah bahwa manusia berusaha berhubungan dengan manusia lain untuk memaksimalkan kesenangan dan meminimalkan penderitaan. Manusia berbagi rasa dengan orang lain mengenai nasib baik dan mengenai penderitaan emosi atau fisik.

Sedangkan proses memprakarsai hubungan memiliki enam langkah yaitu :

- a. Mengenali kualitas

Kualitas adalah aspek-aspek yang membuat orang yang anda temui merupakan pilihan tepat. Kualitas ada yang tampak dan ada yang tersembunyi. Kualitas yang tampak dengan jelas adalah kecantikan, gaya busana, perhiasan, dan sebagainya. Sedangkan kualitas yang tersembunyi adalah kepribadian, kesehatan, bakat, kecerdasan, dan sebagainya. Dengan kualitas tersebut, akan memberikan gambaran kepada seseorang mengenai siapa yang akan dijumpai dan membantu seseorang untuk memutuskan atau melanjutkan hubungan dengan orang tertentu.

- b. Mendapatkan lampu hijau

Langkah ini untuk menentukan bahwa orang yang dijumpai cocok untuk pertemuan yang diminati.



- c. Membuka perjumpaan  
Membuka perjumpaan dapat dilakukan baik secara verbal maupun nonverbal. Ada dua hal yang disarankan yaitu mencari topik yang akan menarik minat baik untuk diri dan orang lain, dan mencari isyarat atau petunjuk bahwa orang tersebut sudah siap untuk perjumpaan yang lebih panjang.
- d. Melontarkan topik pemandu  
Topik yang memadukan adalah topik yang menarik baik bagi orang lain maupun bagi diri sendiri dan ini akan membantu menyatukan keduanya. Umumnya topik ini akan didapatkan melalui analisis atas informasi gratis, pertanyaan dan jawaban.
- e. Menciptakan kesan yang menyenangkan  
Langkah ini dapat dilakukan dengan menampilkan bagian dari diri pribadi yang akan membuat orang lain berkeinginan untuk melanjutkan pertemuan.
- f. Merencanakan pertemuan kedua  
Jika anda dan kenalan baru anda tampaknya cocok, maka akan merencanakan pertemuan kedua. Ini dapat berupa pertemuan yang sifatnya umum, seperti makan bersama setiap hari kamis, atau pertemuan khusus seperti di tempat-tempat khusus yaitu pantai, taman, dan seterusnya.<sup>55</sup>

Selain pengembangan hubungan, juga terjadi perusakan hubungan. Separuh dari pengembangan hubungan adalah perusakan, menurunnya hubungan dan kemungkinan

---

<sup>55</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia* (Jakarta: Professional Books, 1997), h. 247-248.

terjadinya pemutusan hubungan. Perusakan hubungan adalah melemahnya ikatan yang mempertalikan orang bersama. Perusakan hubungan dapat terjadi secara berangsur-angsur atau mendadak, sedikit demi sedikit atau ekstrim.

Suatu hubungan mungkin tidak produktif bagi salah satu atau kedua belah pihak, dan pemutusan hubungan sering kali merupakan hal yang terbaik. Pemutusan hubungan seperti ini dapat memberi waktu bagi kedua pihak untuk memperoleh kembali kemandirian dan kebebasan mereka, serta dapat menarik hikmah positif dari suatu hubungan yang mengalami kerusakan.

Ada beberapa sebab memburuknya hubungan yaitu sirnanya alasan untuk membina hubungan, hubungan dengan pihak ketiga, perubahan sifat hubungan, harapan yang tak terkatakan, ketidakpuasan seks, masalah yang berkaitan dengan pekerjaan, kesulitan dalam keuangan, beban pengorbanan dan kebahagiaan yang tidak adil, serta melunturnya komitmen baik komitmen keuangan, waktu dan emosional.<sup>56</sup>

Sebagaimana halnya dalam pengembangan hubungan, perusakan hubungan mengandung komunikasi yang khusus dan unik. Ada beberapa perubahan-perubahan komunikasi yang terjadi selama memburuknya hubungan adalah penarikan diri, berkurangnya pengungkapan diri, semakin seringnya pengelabuan, berkurangnya reaksi evaluatif yang positif dan bertambahnya reaksi evaluatif yang negatif, berkurangnya permintaan akan perilaku yang menyenangkan dan meningkatnya permintaan untuk menghentikan perilaku

---

<sup>56</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia*, h. 250.

negatif, dan berkurangnya tindakan saling memuji.<sup>57</sup> Dengan perusakan hubungan ini, maka pola komunikasi seseorang akan berubah dan cara komunikasinya akan mempengaruhi hubungan.

### **5.3 Memperbaiki Komunikasi Antarpribadi dan Manajemen Konflik**

#### **5.3.1 Memperbaiki Komunikasi Antarpribadi**

Komunikasi antarpribadi bisa efektif dan juga tidak efektif. Karakteristik komunikasi antarpribadi yang efektif dapat dilihat dari tiga sudut pandang yaitu :

a. Sudut pandang *humanistic*

Sudut pandang ini untuk efektivitas antarpribadi dimulai dengan kualitas umum yang menurut para filosof dan humanis menentukan hubungan antarmanusia yang superior. Model humanistik untuk efektivitas antarpribadi menekankan lima kualitas yaitu keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif dan kesetaraan.

b. Sudut pandang *pragmatis*

Pada sudut pandang ini, untuk efektivitas antarpribadi dipusatkan pada perilaku yang spesifik yang harus digunakan oleh komunikator untuk mendapatkan hasil yang dikehendaki. Model pragmatis ini menekankan pada rasa percaya diri, kebersatuan, manajemen interaksi, daya ekspresi, dan orientasi kepada pihak lain.

---

<sup>57</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia*, h. 254-255.

- c. Sudut pandang pergaulan sosial dan kesetaraan  
Sudut pandang ini dipusatkan pada pertukaran manfaat dan biaya, serta implikasi dari pola pertukaran ini terhadap hubungan. Model pergaulan social menekankan pada pertukaran manfaat dan pemikulan beban biaya. Diperlukan peningkatan pertukaran manfaat pada masa-masa biaya meningkat dan peningkatan manfaat untuk mengurangi daya tarik alternatif.<sup>58</sup>

Berbagai model atau sudut pandang di atas akan memberikan gambaran bagi seseorang dalam memahami efektivitas komunikasi antarpribadi. Tujuannya adalah agar memberikan pandangan-pandangan bagi seseorang mengenai komunikasi antarpribadi yang efektif sehingga nantinya dapat dipilih yang mana model atau sudut pandang yang akan membantu dalam suatu situasi komunikasi tertentu.

### **5.3.2 Manajemen Konflik dalam Komunikasi Antarpribadi**

Konflik adalah lebih dari sekedar memiliki perbedaan. Kita berbeda dengan orang lain tentang banyak hal, akan tetapi ini tidak selalu menyebabkan konflik. Konflik melibatkan keetegangan antara tujuan, preferensi, atau keputusan bahwa seseorang merasa perlu untuk dapat didamaikan. Dengan kata lain, konflik melibatkan dua persepsi yaitu persepsi bahwa keprihatinan yang bertentangan dengan orang-orang dari orang lain dan persepsi bahwa kita dan orang lain harus mengatasi perbedaan-perbedaan kita. Kita merasa bahwa harus mencapai kesepakatan umum atau keputusan.

---

<sup>58</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia*, h. 276.

Banyak orang menganggap bahwa konflik sifatnya negatif. Untuk itu, perlu pembahasan tentang kesalahpahaman anggapan tersebut. Mengenai hal ini, akan dibahas lima prinsip konflik yaitu :

- a. Konflik adalah proses alami dalam semua hubungan  
Konflik merupakan sesuatu yang normal, tak bisa dielakkan dari semua hubungan antarpribadi. Ketika seseorang peduli satu sama lain dan mempengaruhi satu sama lain, perselisihan tidak dapat dihindari. Kita menemukan diri bertentangan dengan orang-orang yang peduli terhadap kita. Jika ini terjadi, maka kita harus mengatasi perbedaan dan sebaiknya dengan cara yang tidak merusak hubungan.
- b. Konflik mungkin berlebihan atau rahasia  
Konflik tidak selalu jelas. Rahasia konflik ada ketika orang-orang mengekspresikan perasaan mereka tentang perbedaan pendapat secara tidak langsung.
- c. Konflik berarti menciptakan adanya saling ketergantungan.
- d. Konflik merupakan kebutuhan untuk perubahan.
- e. Konflik memungkinkan untuk mendiagnosis atau mengidentifikasi masalah.

Untuk menangani suatu konflik, ada 5 gaya yang dapat digunakan yaitu *aggressive style*, *withdrawing style*, *accommodating style*, *compromising style*, dan *problem solving style*.<sup>59</sup> Kelima gaya ini dapat dijelaskan berikut ini :

---

<sup>59</sup>Rd. Nia Kania Kurniawati, *Komunikasi Antarpribadi : Konsep dan Teori Dasar* (Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 70-71.

Gaya dalam Menangani Konflik	Ciri-Ciri	Keterangan
<i>Aggressive Style</i>	Keras, bossy, ambisius, mendominasi, mengintimidasi, melanggar hak-hak orang lain, menggunakan kekuasaan, posisi dan bahasa maunya menang sendiri	Gaya ini, cukup mampu menyatakan bagaimana perasaan anda, apa yang anda pikirkan, dan apa yang diinginkan. Gaya ini sering mengorbankan hak-hak dan perasaan orang lain dan cenderung mempermalukan orang lain dengan menggunakan bahasa sarkasme
<i>Withdrawing Style</i>	Tidak langsung mengungkapkan perasaan, pikiran dan keinginan. Gaya komunikasinya secara tidak langsung dengan mengerutkan kening, menangis, atau bahkan berbisik dalam hati dan cenderung	Gaya ini cenderung banyak tersenyum dan menahan diri demi keutuhan hubungan dan lebih banyak mendengar daripada memberikan suatu pendapat.

	menahan perasaan dan keinginan sepenuhnya.	
<i>Accommodating Style</i>	Nilai hubungannya rendah dan tinggi tujuan yaitu saya kalah dan anda menang. Menyisihkan kebutuhan pribadi karena ingin menyenangkan orang lain untuk menjaga perdamaian.	Gaya ini tekanannya pada menjaga hubungan. Bersifat akomodatif dapat berguna ketika orang bersalah atau ketika ingin meminimalkan kerugian untuk mempertahankan hubungan.
<i>Compromising Style</i>	Nilai hubungannya menengah dan tujuannya yaitu saya menang beberapa dan anda menang beberapa.	Gaya ini adalah gaya kompromi yaitu bersedia untuk mengorbankan beberapa tujuan dan membujuk orang lain untuk menyerahkan sebagian dari mereka, member sedikit dan mendapatkan sedikit. Kompromi mampu memisahkan perbedaan atau

		mencari posisi jalan tengah
<i>Problem Solving Style</i>	Tidak harus menyerahkan kepentingan pribadi tetapi menggali ke dalam permasalahan itu sendiri, untuk mengidentifikasi masalah yang mendasari, menguji asumsi sendiri dan memahami pandangan orang lain.	Gaya memecahkan masalah secara bersama-sama, memandang konflik sebagai suatu hal yang harus dipecahkan dan mencari solusi yang kreatif dan memuaskan banyak pihak. Gaya ini menumbuhkan rasa hormat, kepercayaan dan membangun hubungan.

Untuk mengatasi konflik dalam komunikasi antarpribadi diperlukan efektivitas dalam komunikasi dengan bentuk :

a. Keterbukaan

Keterbukaan atau *openness* yaitu kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menanggapi hubungan antarpribadi. Keterbukaan atau sikap terbuka sangat berpengaruh dalam menumbuhkan komunikasi antarpribadi yang efektif. Keterbukaan adalah pengungkapan reaksi atau tanggapan terhadap situasi yang sedang dihadapi serta



memberikan informasi tentang masa lalu yang relevan untuk memberikan tanggapan di masa kini.

b. Empati

Empati yaitu merasakan apa yang dirasakan orang lain. Komunikasi antarpribadi dapat berlangsung kondusif apabila komunikator menunjukkan rasa empati pada komuniikan. Apabila empati ini tumbuh dalam proses komunikasi antarpribadi, maka suasana hubungan komunikasi akan dapat berkembang dan tumbuh sikap saling pengertian dan penerimaan.

c. Dukungan

Dukungan adalah situasi terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif. Dalam komunikasi antarpribadi diperlukan sikap member dukungan dari pihak komunikator agar komunikan mau berpartisipasi dalam komunikasi.

d. Rasa Positif

Seseorang harus memiliki perasaan dan sikap positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.

e. Kesetaraan atau kesamaan

Kesetaraan atau kesamaan yaitu pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk dipertimbangkan.<sup>60</sup>

---

<sup>60</sup> Rd. Nia Kania Kurniawati, *Komunikasi Antarpribadi : Konsep dan Teori Dasar*, h. 71-72.

Kelima efektivitas komunikasi di atas akan mengatasi konflik pada komunikasi antarpribadi. Oleh karena itu, dibutuhkan komunikasi yang baik dengan merancang atau menata dengan baik unsur-unsur yang ada dalam komunikasi terutama pada pengelolaan pesan, dan memberikan umpan balik yang efektif selama terjadinya konflik.

### 5.3 Wawancara

Wawancara adalah salah satu bentuk komunikasi antarpribadi yang terjadi antara dua orang yang saling berinteraksi terutama pada format tanya jawab untuk mencapai tujuan tertentu. Salah seorang mengajukan pertanyaan untuk mendapatkan informasi dan yang lainnya mendengarkan dengan baik, kemudian memberikan jawaban yang dikehendaki sampai tujuan wawancara tercapai. Misalnya, seorang tenaga pendidik menanyai peserta didiknya untuk mendapatkan informasi yang lebih jauh tentang peserta didik tersebut.<sup>61</sup> Menurut Stewart dan Cash dalam Joseph A. Devito bahwa ada enam macam wawancara yaitu :

a. Wawancara informasi

Dalam wawancara informasi, pewawancara berusaha mengetahui hal tentang yang diwawancarai baik tentang prestasinya atau memiliki reputasi tertentu. Pewawancara mencapai tujuan ini dengan mengajukan serangkaian pertanyaan yang dirancang untuk mendapatkan pandangan, keyakinan, wawasan, perspektif, prediksi, sejarah, dan sebagainya dari orang yang diwawancarai.

---

<sup>61</sup>Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2002), h. 158. Lihat juga Ngalimun, *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Praktis* (Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2017), h. 71.

- b. Wawancara *persuasive*  
Tujuan wawancara ini adalah mengubah sikap atau perilaku seseorang. Pewawancara dapat mengajukan pertanyaan yang akan mengarahkan orang yang diwawancara untuk sampai pada hasil yang dikehendaki atau menjawab pertanyaan secara persuasif.
- c. Wawancara penilaian  
Dalam wawancara ini, kinerja orang yang akan diwawancara dinilai oleh manajemen atau kolega yang lebih berpengalaman. Tujuan utamanya adalah menemukan bagian-bagian pihak yang diwawancara berprestasi dengan baik dan memujinya, dan bagian mana yang bersangkutan kurang berprestasi dan mengapa tidak berprestasi serta cara memperbaikinya.
- d. Wawancara pengunduran diri  
Wawancara pengunduran diri ini penting dilakukan agar diketahui sebab mengundurkan dirinya. Berbagai alasan seseorang mengundurkan diri, baik karena kemauannya atau ada tekanan yang lain. Wawancara ini harus dilakukan agar tidak mempengaruhi yang lain. Fungsi dari wawancara ini adalah agar pengunduran diri lebih menyenangkan dan efisien bagi orang yang mengundurkan diri dan tempat pengunduran dirinya.
- e. Wawancara penerimaan karyawan  
Wawancara ini disebut juga wawancara seleksi. Dalam wawancara ini, banyak informasi dan persuasi saling dipertukarkan. Pewawancara akan menggali informasi tentang orang yang diwawancarai, minatnya, bakatnya, kelemahan atau pun kekurangannya. Selain

itu, seseorang yang diwawancarai akan mendapatkan informasi tentang keadaan tempat kerja, manfaat atau keunggulannya, dan kekurangan atau kelemahannya serta masalah lainnya.

f. Wawancara konseling

Dalam wawancara ini, pewawancara berusaha memberikan tuntunan. Orang yang melakukannya adalah orang yang ahli baik di bidang psikologi, bimbingan, komunikasi, dan bidang lain yang berkaitan dengan hubungan antarmanusia. Tujuannya adalah membantu seseorang untuk dapat lebih efektif mengatasi masalahnya, bekerja lebih efektif, bergaul secara lebih baik dengan teman, kerabat, anak-anak, kekasih, dan seterusnya, atau menjalani hidup sehari-hari secara lebih realistis dan efektif.<sup>62</sup>

Dalam melakukan wawancara, agar mudah melakukannya maka ada tingkatan atau tahapan yang harus dilalui, mulai dari persiapan, saat wawancara, dan setelah terjadinya wawancara.<sup>63</sup> Sebelum melakukan wawancara, pihak yang diwawancarai perlu menyiapkan diri secara fisik dan intelektual untuk wawancara ini, menetapkan sasaran, dan menyiapkan jawaban atas pertanyaan yang telah dipresiksi sebelumnya.

Selama wawancara, pihak yang diwawancara harus menampilkan dirinya secara efektif, membina hubungan dengan pewawancara, dan menampilkan keterampilan

---

<sup>62</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia*, h. 294.

<sup>63</sup>Joseph A. Devito, *Human Communication* diterjemahkan oleh Agus Maulana, *Komunikasi Antarmanusia*, h. 294.

komunikasi antarpribadi yang efektif. Ketika wawancara terjadi, pihak yang diwawancara harus mengenali pertanyaan-pertanyaan yang layak untuk dijawab atau yang melanggar hukum dan mengembangkan strategi untuk menghadapi pertanyaan-pertanyaan tertentu.

Setelah terjadinya wawancara, pihak yang diwawancarai harus mengkaji ulang secara mental wawancara yang baru berlangsung dan menindaklanjuti wawancara dengan surat singkat.

Dengan demikian, wawancara penting dalam komunikasi antarpribadi. Wawancara juga mempunyai tujuan tertentu dan tujuan inilah yang menuntun dan mengatur jalannya wawancara baik dalam hal isi maupun formatnya, serta akan menuntun perilaku kedua belah pihak.

## *Latihan !*

1. Kemukakan konsep komunikasi antarpribadi!
2. Hal-hal apa saja yang dapat merusak hubungan antarpribadi? Jelaskan!
3. Bagaimana meningkatkan komunikasi antarpribadi dan cara mengatasi adanya konflik dalam komunikasi tersebut!
4. Jelaskan tentang wawancara sebagai salah satu bentuk komunikasi antarpribadi!
5. Langkah-langkah apa saja yang harus dipersiapkan dalam melakukan wawancara? Jelaskan!

# 06

*Teori teori*

*Komunikasi Antarpribadi*

## **A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah**

Bab ini membahas tentang teori-teori komunikasi antarpribadi baik teori komunikasi yang terpusat pada individu, terpusat pada interaksi atau wacana dan terpusat pada hubungan.

## **B. Pedoman Mempelajari Materi**

Pahami dengan jelas isi materi mengenai pentingnya mempelajari teori-teori komunikasi antarpribadi baik teori komunikasi yang terpusat pada individu, terpusat pada interaksi atau wacana dan terpusat pada hubungan.

### C. Tujuan Pembelajaran

1. Mahasiswa dapat mengetahui teori-teori komunikasi antarpribadi yang terpusat pada individu
2. Mahasiswa dapat menjelaskan tentang teori-teori komunikasi antarpribadi yang terpusat pada interaksi atau wacana
3. Mahasiswa dapat menjelaskan tentang teori-teori komunikasi yang terpusat pada hubungan

### D. Materi Kuliah:

#### 6.1 Teori-Teori Komunikasi Antarpribadi

Teori adalah abstraksi dari realitas yang secara konseptual mengorganisasi aspek dunia empiris tetap secara sistematis yang terdiri atas asumsi, preposisi, dan aksioma dasar yang saling berkaitan, dan terdiri atas fenomena yang digeneralisasi yang diterima dan dibuktikan secara empiris. Menurut Alexis S. Tan dalam Pawit M. Yusup mengemukakan bahwa teori merupakan seperangkat aturan yang saling berkaitan satu sama lain atau prinsip-prinsip umum mengenai sejumlah aspek dari realitas.<sup>64</sup>

Teori-teori komunikasi antarpribadi merupakan teori-teori yang banyak diaplikasikan dalam konteks hubungan antarpribadi yakni proses komunikasi yang terjadi antara dua orang, baik yang langsung maupun yang menggunakan media tertentu.<sup>65</sup> Teori-teori komunikasi ini dapat dibagi menjadi teori-teori yang terpusat pada individu, interaksi atau wacana,

---

<sup>64</sup>Pawit M. Yusup, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan* (Bandung: Bumi Aksara, 2009), h. 32.

<sup>65</sup>Rd. Nia Kania Kurniawati, *Komunikasi Antarpribadi: Konsep dan Teori Dasar* (Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 77.

dan hubungan. Untuk lebih jelasnya teori tersebut, dapat diuraikan berikut ini :

### **6.1.1 Teori Komunikasi Antarpribadi Terpusat Pada Individu**

Teori-teori yang disajikan pada bagian ini memiliki keunggulan dalam memahami bagaimana individu-individu merencanakan, menghasilkan, dan memproses pesan-pesan komunikasi antarpribadi. Teori-teori ini didasarkan pada asumsi dasar bahwa aktivitas kognitif individu merupakan inti dari proses komunikasi dalam menghasilkan dan memproses pesan-pesan. Adapun teori-teori tersebut adalah sebagai berikut :

#### **a. Teori Kumpulan Tindakan**

Salah satu teori yang terpusat pada individu adalah teori kumpulan tindakan. Teori ini ditulis oleh John O. Green pada tahun 2008 dengan judul *Action Assembly Theory* dengan subjudul *Forces of Creation* (kekuatan-kekuatan mengenai kreasi). Teori ini membahas mengenai sifat kreatif perilaku manusia. Fokus dari teori ini adalah mengenai perilaku nyata manusia dan terutama aspek-aspek mengenai perilaku yang menarik perhatian dalam berinteraksi sosial. Teori ini juga membahas tentang proses-proses pemikiran yang dilakukan oleh seseorang dalam berbicara dan bertindak.<sup>66</sup>

Teori AAT mengemukakan bahwa setiap individu memiliki jumlah yang sangat besar mengenai bentuk-bentuk tindakan yang tersimpan dalam ingatan, dan bentuk-bentuk tindakan tersebut digambarkan dalam

---

<sup>66</sup> Muhammad Budyatna, *Teori-Teori Komunikasi Antarpribadi : Sebuah Pengantar*, h. 28.



bentuk multiple. Misalnya, beberapa bentuk tindakan digambarkan dalam ingatan dengan kode-kode tingkat rendah yang dapat disamakan dengan perilaku yang bergerak atau *motor behaviors*, seperti memukul bola tenis. Wujud yang dihasilkan pada penyatuan bentuk-bentuk tindakan adalah koalisi. Koalisi ini akan menampilkan perilaku yang nyata dan ketika perilaku ini diaktifkan maka tindakan ini akan memasuki tingkat kesadaran.

#### **b. Teori Perencanaan Komunikasi**

Teori ini ditulis oleh Charles R. Berger (2008) yang merupakan intisari dari buku yang berjudul *Planning Strategic Interaction: Attaining Goals Through Communication Action* (1997). Judul aslinya, *Planning Theory of Communication* dengan subjudul, *Goal Attainment Through Communication Action* yang merupakan teori komunikasi antarpribadi yang terpusat pada individu.

Para ahli komunikasi sepakat bahwa komunikasi merupakan alat untuk pencapaian tujuan. Teori ini berusaha menjelaskan bagaimana individu-individu sampai pada sebuah pemahaman akan tindakan-tindakan dan pembicaraan terhadap satu sama lain dengan tujuan yang diarahkan, dan bagaimana individu-individu menghasilkan tindakan-tindakan dan pembicaraan yang memungkinkan mereka untuk mencapai tujuan-tujuan mereka sehari-hari.

Berger dalam Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss mengemukakan bahwa rencana-rencana dari perilaku komunikasi adalah representasi kognitif hierarki dari

rangkaian tindakan mencapai tujuan.<sup>67</sup> Dengan kata lain, rencana-rencana merupakan gambaran mental dari langkah-langkah yang akan diambil seseorang untuk mencapai tujuan. Semuanya disebut hierarki karena tindakan-tindakan tertentu diperlukan untuk menyusun segala sesuatunya, sehingga tindakan-tindakan lain akan dapat diambil. Oleh karena itu, perencanaan adalah proses rencana-rencana tindakan. Perencanaan pesan merupakan perhatian utama karena komunikasi sangat penting dalam meraih tujuan. Misalnya, ketika mahasiswa ingin berhasil dalam perkuliahan, maka ia harus berbicara kepada mahasiswa lainnya, teman, dan bahkan dosennya untuk mengetahui apa yang harus dilakukan. Kehadiran dan keaktifan dalam perkuliahan harus maksimal, tugas-tugas yang diberikan harus dikerjakan dengan baik, disusun dengan hati-hati, dan sikap atau perilaku harus dijaga untuk memenuhi persyaratannya, sehingga ia akan berpikir secara sadar mengenai apa yang harus dilakukan dan bagaimana melakukannya.

Teori perencanaan merupakan teori kognitif-sosial yang mengidentifikasi dan menjabarkan struktur-struktur dan proses-proses kognitif yang memungkinkan pemahaman tindakan-tindakan dan pembicaraan orang lain, dan menghasilkan tujuan, tindakan untuk tujuan yang diarahkan, termasuk pembicaraan verbal. Tujuan teori ini adalah untuk menjelaskan bagaimana rencana-rencana mental mempengaruhi komunikasi.

---

<sup>67</sup>Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Theories of Human Communication* diterjemahkan oleh Mohammad Yusuf Hamdan dengan judul *Teori Komunikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), h. 185.

Orientasi dari teori ini yaitu *post-positivist* dan menggambarkan tradisi realisme kognitif. Teori ini berusaha melukiskan struktur-struktur kognitif dasar dan proses-proses yang memungkinkan proses-proses komunikasi dan juga mekanisme-mekanisme yang mencegah berlangsungnya proses-proses komunikasi.

Realisme kognitif menggunakan pendekatan berdasarkan rencana bagi komunikasi antarpribadi yang dikarakterisasikan dalam tujuh proposisi yaitu :

1. Manusia berusaha memuaskan tujuan-tujuan untuk hidup. Pemuasan tujuan ini merupakan aktivitas-aktivitas berlanjut dalam kehidupan manusia yang menghasilkan tujuan yang diarahkan dan tindakan-tindakan yang bertujuan pada pihak tertentu.
2. Kemampuan manusia untuk berpikir menjadi sebuah kebutuhan untuk memuaskan tujuan.
3. Manusia menggunakan bahasa untuk mencapai tujuan. Bahasa digunakan untuk menyelesaikan berbagai tujuan seperti melakukan persuasi, memberikan informasi, menyelesaikan masalah, dan menghibur.
4. Tujuan adalah apa yang diinginkan dan bagaimana cara seseorang melakukan usaha. Oleh karenanya, rencana merupakan gambaran-gambaran kognitif dari rangkaian-rangkaian tindakan yang memungkinkan seseorang mencapai tujuan.
5. Pengetahuan tentang tujuan digambarkan secara hirarkis dalam ingatan jangka panjang dengan tujuan abstrak berada pada tingkat teratas dari hirarki dan subtujuan berada di bawahnya.

- Misalnya, tujuan abstrak kebahagiaan, subtujuannya kekayaan atau membantu orang lain.
6. Rencana diatur secara hierarkis dan merupakan gambaran-gambaran kognitif dari rangkaian-rangkaian tindakan yang memungkinkan orang mencapai tujuan
  7. Pengetahuan mengenai tujuan dan rencana memainkan peranan penting dalam memahami pembicaraan dan tindakan orang lain.<sup>68</sup>

Secara eksplisit teori ini mengidentifikasi sebuah rencana dan kumpulan proses-proses kognitif yang tanggap bagi kemajuan. Teori perencanaan ini mengemukakan bahwa ketika kelompok tertentu melakukan atau merencanakan sesuatu, maka harus mengikutsertakan individu yang *skeptic* terhadap efektivitas rencana potensial yang dikembangkan daripada mengikutsertakan individu yang sependirian. Teori ini memiliki keterbatasan dalam hal bias terhadap individu sebagai unit analisis. Para ahli dalam teori ini mengemukakan bahwa apabila individu berpartisipasi dalam interaksi sosial, maka mereka akan terlibat dalam perencanaan interaktif. Oleh karena itu, setiap individu harus mendasarkan rencananya pada tujuan dan rencananya akan diikuti oleh orang lain di dalam interaksi.

### c. Teori Konstruktivisme

Teori ini dikembangkan oleh Jesse Delia et. al dengan judul *The Constructivist Approach to Communication* dimuat dalam *Human Communication Theory: Comparative*

---

<sup>68</sup> Muhammad Budyatna, *Teori-Teori Komunikasi Antarpribadi : Sebuah Pengantar*, h. 89-90.

*Essays* yang diedit oleh Frank E.X. Dance pada tahun 1982. Inti teori ini adalah gagasan kembar atau *twin nation* bahwa individu-individu berbeda dalam pengertian mengenai wilayah kemampuan kognitif sosial spesifik mereka, dan perbedaan dalam kemampuan-kemampuan ini menerangkan perbedaan dalam pembuatan pesan atau *massege production*.

Konstruktivisme merupakan teori ilmiah mengenai interpretasi manusia dan tindakan komunikasi yang mencoba menjelaskan sifat mengenai kecakapan-kecakapan komunikasi fungsional dan berisikan unsur-unsur teori-teori interpretif dan kritis. Konstruktivisme berasumsi bahwa manusia secara aktif menginterpretasikan dunia dan membangun pemahaman-pemahaman yang penuh arti mengenai hal tersebut.

Konstruktivisme mempunyai dampak yang luas sekali di bidang komunikasi. Menurut teori ini, para individu melakukan interpretasi dan bertindak menurut kategori-kategori konseptual di dalam pemikirannya. Realitas tidak hadir dalam bentuk apa adanya tetapi harus disaring melalui cara seseorang melihat sesuatu. Teori ini sebagian didasarkan pada teori dari George Kelly tahun 1955 mengenai konsep-konsep pribadi atau personal constructs yang mengemukakan bahwa orang memahami pengalamannya dengan mengelompokkan dan membedakan peristiwa-peristiwa yang dialaminya menurut persamaan-persamaan dan perbedaan-perbedaannya. Perbedaan-perbedaan yang dipersepsikan tidaklah alamiah tetapi ditentukan oleh sejumlah hal-hal yang berlawanan di dalam sistem kognitif individu. Pasangan-pasangan yang berlawanan seperti

tinggi/rendah, jangkung/pendek, hitam/putih, panas/dingin yang digunakan untuk memahami peristiwa-peristiwa dan benda-benda, dinamakan konsep-konsep pribadi atau *personal construct*.<sup>69</sup>

Teori ini bersifat umum, fleksibel, dan luas. Teori komunikasi ini dapat diterapkan dalam kecakapan-kecakapan yang berbeda, dilakukan oleh tipe-tipe orang yang berbeda, dan dalam situasi yang berbeda. Konstruktivisme dapat diuji, telah banyak peneliti mengembangkan metode-metode inovatif untuk mengukur persepsi social dan kecakapan-kecakapan berkomunikasi, dan ini telah mengarah kepada pengujian empiris. Teori ini memiliki potensi besar untuk diaplikasikan, khususnya berkenaan dengan pengembangan kecakapan komunikasi. Potensi ini sebagian besar telah hilang dan ini menjadikan teori ini memiliki keterbatasan. Teori ini juga telah dikritik karena menfokuskan secara sempit gagasan-gagasan antarpribadi bagi penggunaan pesan-pesan yang terpusat pada orang lain.<sup>70</sup> Oleh karenanya, setiap teori mempunyai kekuatan atau keunggulan dan juga keterbatasan atau kekurangan.

### **6.1.2 Teori Komunikasi Antarpribadi Terpusat Pada Interaksi atau Wacana**

Teori-teori yang disajikan pada bagian ini merupakan teori-teori mengenai hal-hal yang terkemuka dalam memahami komunikasi antarpribadi sebagai proses interaksi. Teori-teori

---

<sup>69</sup>Muhammad Budyatna, *Teori-Teori Komunikasi Antarpribadi : Sebuah Pengantar*, h. 221.

<sup>70</sup>Muhammad Budyatna, *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antarpribadi*, h. 72.

ini memusatkan pada isi, bentuk-bentuk, dan fungsi-fungsi pesan-pesan dan pola-pola interaksi perilaku dari orang lain. Adapun teori-teori tersebut adalah sebagai berikut :

**a. Teori Analisis Percakapan**

Teori ini ditulis oleh Jenny Mandelbaum, tahun 2008 sebagai salah satu teori komunikasi antarpribadi yang terpusat pada wacana atau interaksi. Teori ini disebut juga CAT (Conversation Analysis Theory) dengan sub judul *A Descriptive Approach to Interpersonal Communication* yang menawarkan teori deskriptif berdasarkan observasi tentang komunikasi baik percakapan dalam perilaku lainnya dalam interaksi dengan implikasi bagi studi komunikasi antarpribadi.

Tujuan utamanya adalah menyusun kebiasaan-kebiasaan dan keberaturan-keberaturan dasar yang masuk di akal mengenai interaksi yang membentuk dasar untuk komunikasi setiap hari dalam suasana formal dan professional.

Teori ini menggunakan rekaman-rekaman lapangan tentang percakapan dan macam-macam pembicaraan lainnya dan memasukkan perilaku dalam interaksi sebagai data, dan membangun deskripsi-deskripsi yang sistematis mengenai mekanisme-mekanisme yang memungkinkan perilaku manusia. Deskripsi-deskripsi ini merupakan sebuah teori komunikasi.. bukti penting untuk menentukan relevansi deskripsi-deskripsi ini bagi pengalaman hidup para komunikator didapat dalam orientasi yang diperlihatkan komunikator, dan diperlihatkan dalam perilaku terbuka

dan praktek. Dengan demikian, CAT membangun teori secara empiris.

**Ciri-ciri utama teori CAT adalah :**

1. CAT bergantung kepada pemahaman bahwa bicara adalah tindakan

Kunci bagi sebuah pemahaman tentang pendekatan CAT pada komunikasi antarpribadi adalah mengenai observasi bahwa untuk memahami komunikasi orang lain harus memahami bahwa bicara pertama-tama adalah tindakan. Artinya apabila seseorang mengatakan sesuatu, ia tidak hanya mengatakan atau menjelaskan sesuatu atau menyampaikan informasi atau membuat makna, akan tetapi, ia melakukan sesuatu.

2. CAT telah menemukan bahwa tindakan itu terstruktur  
Struktur-struktur percakapan membolehkan para komunikator antara lain mengoordinasikan tindakan-tindakan mereka sehingga para pembicara bergantian mendapat giliran daripada berbicara secara simultan, mengorganisasikan tindakan-tindakan mereka dengan yang lainnya untuk membangun rangkaian tindakan yang terpolakan, memperbaiki kesalahan-kesalahan dan kesulitan-kesulitan lainnya dalam berbicara, memahami, atau mendengar, membuka atau menutup percakapan-percakapan.

3. CAT memperlakukan tindakan sebagai terorganisasi secara lokal.

Komunikasi diatur secara lokal. Terdapat dua komponen penting mengenai dalil CAT berkenaan dengan apa yang dinamakan lokal. Lokal dimaksudkan



sebagai suatu konteks yang dihasilkan dan diperankan oleh tindakan-tindakan. Jadi interaksi merupakan terbentuknya konteks dan pembaruan konteks. Lokal juga diartikan sebagai tindakan yang dilakukan secara bergiliran, dan merupakan rangkaian organisasi.<sup>71</sup>

CAT menggunakan alat-alat analitisnya untuk menguraikan yang tidak diucapkan namun mengandalkan kepada pengetahuan yang dimiliki. Hampir setiap tindakan dalam percakapan dapat memiliki konsekuensi-konsekuensi antarpribadi sebagai produk tambahan. Oleh karena itu, CAT menggambarkan praktik-praktik yang merupakan sifat khusus bagi komunikasi antarpribadi dan praktik itu merupakan sifat dasar untuk menjadikan keterhubungan di dalam hubungan.

#### **b. Teori Kebohongan Antarpribadi**

Teori ini dicetuskan oleh David Buller dan Judee Burgoon. Keduanya telah melakukan lebih dari 12 percobaan dengan meminta kepada partisipan untuk membohongi orang lain. Para peneliti ini menerangkan bahwa orang sering kali menemukan diri mereka dalam situasi yang membuat mereka kurang jujur guna menghindari dari melukai perasaan atau menyerang orang lain, untuk menampilkan kualitas terbaik mereka, menghindari terlibat dalam suatu konflik atau mempercepat dan memperlambat suatu hubungan.<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup>Muhammad Budyatna, *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antarpribadi* (Cet. I; Jakarta: Kencana, 2015), h. 178-184.

<sup>72</sup>Muhammad Budyatna, *Teori Komunikasi Antarpribadi : Sebuah Pengantar* (Cet. IV; Jakarta: Prenadamedia, 2015), h. 207

Buller dan Burgoon mengemukakan tiga tipe respons yang akan diberikan jika memutuskan untuk tidak menceritakan hal yang sebenarnya yaitu respon pertama, anda dapat berbohong "Saya sedang di Perpustakaan STAIN Watampone untuk persiapan final test Komunikasi Antarmanusia." Respon kedua, anda dapat menceritakan hanya sebagian kebenaran dengan membuang bagian-bagian yang penting dengan mengemukakan "Saya pergi ke pesta seorang teman." Respon ketiga, sengaja memberikan jawaban yang samar-samar atau bersifat mengelak dengan mengatakan bahwa "Saya keluar sebentar."

Buller dan Burgoon mengemukakan bahwa ada tiga strategi dalam mempelajari kebohongan verbal yaitu :

1. Falsifikasi atau *falsification*

Falsifikasi merupakan kebohongan total dengan segala sesuatu yang diceritakan merupakan kebalikan dari pada keadaan yang sebenarnya

2. Penyembunyian atau *concealment*

Pembohong mengatakan tidak tahu walaupun ia tahu atau ia mengatakan tidak ingat walaupun ia ingat. Ia dapat menyembunyikan kebenaran.

3. Dalih atau *equivocation*

Dalih mengelak atau menghindari dari suatu masalah.<sup>73</sup>

Ketiga kebohongan ini berada pada payung mengenai konsep kebohongan atau concept of deception yang didefinisikan oleh Buller dan Burgoon sebagai

---

<sup>73</sup>Muhammad Budyatna, *Teori Komunikasi Antarpribadi : Sebuah Pengantar*, h. 208

sebuah pesan yang secara sadar disampaikan oleh si pengirim untuk membantu menciptakan keyakinan atau kesimpulan palsu pada diri penerima.

Teori kebohongan kedua peneliti di atas disebut IDT (*Interpersonal Deception Theory*) atau teori kebohongan antarpribadi. Teori tersebut menentukan kondisi lingkungannya yaitu interaksi antarpribadi dengan keyakinan komunikator adalah jelas dan dipertanyakan. Teori ini telah dikembangkan oleh Buller dan Burgoon dan penelitian-penelitian yang dilakukan oleh pihak lain lebih dari dua setengah dekade ke dalam bidang yang luas dari komunikasi antarpribadi, perilaku nonverbal, pemrosesan pesan, kredibilitas, dan kebohongan.

Kunci untuk memahami konseptualisasi dari Buller dan Burgoon mengenai kebohongan antarpribadi adalah mengenai apa yang mereka artikan dengan antarpribadi, interaktif, kebohongan, dan kecurigaan.<sup>74</sup> Komunikasi antarpribadi secara sederhana diartikan sebagai pertukaran dinamis mengenai pesan-pesan antara dua orang. Komunikasi ini bisa interaktif dan bisa juga tidak interaktif pada tingkat diperlukan keserempakkan dan bukan pada pertukaran dan kesempatan yang tertunda bagi umpan balik yang segera dan pengaruh yang timbal balik, jadi sifatnya interaktif.

Untuk mengembangkan IDT terletak pada pemahaman mengenai kebohongan dalam interaksi-interaksi tatap muka, sebagai kebalikan dengan kebohongan dalam kondisi-kondisi berkurangnya sifat

---

<sup>74</sup> Muhammad Budyatna, *Teori Komunikasi Antarpribadi : Sebuah Pengantar*, h. 212

antarpribadi dan interaktif. Jadi keduanya merupakan teori antarpribadi dan interaktif.

Kebohongan diartikan sebagai pesan yang secara sadar disampaikan oleh pengirim untuk membantu mengembangkan keyakinan atau kesimpulan yang salah oleh penerima. Kebohongan terjadi komunikator mengendalikan informasi berisikan pesan-pesan mereka untuk menyampaikan sebuah makna yang menyimpang dari kebenaran sebagaimana mereka mengetahui atau menyadarinya.

Selain itu, kecurigaan mengacu pada keyakinan yang dianut tanpa bukti yang cukup untuk menjamin kepastian, bahwa ucapan atau tindakan seseorang dapat ditandai sebagai bermuka dua. Kecurigaan terletak diantara kebenaran dan kebohongan, yakni penerima yang curiga tidak merasa pasti apakah pengirim pesan menceritakan hal yang benar atau bohong.

### **c. Teori Kesopansantunan**

Teori ini termasuk teori komunikasi antarpribadi yang terpusat pada wacana atau interaksi, ditulis oleh Daena J. Goldsmith, 2008 dengan *Politeness Theory "How We Use Language to Save Face"* (Bagaimana kita menggunakan Bahasa untuk menghindari dari Rasa Malu).

Teori kesopansantunan merupakan model rasional. Teori ini mengarahkan perhatian kita bagaimana ciri-ciri bahasa ditafsirkan dalam konteks sosial dan menjelaskan pola-pola yang berulang tentang struktur bahasa, penggunaan dan kesimpulan. Teori ini membuat

prediksi-prediksi mengenai pola-pola dan penafsiran-penafsiran tentang penggunaan bahasa.

**Ciri-ciri utama dalam teori ini adalah :**

1. Penampilan Bersifat Umum  
Penampilan bersifat umum disebut *public*. Seseorang dapat diamati dalam tindakan-tindakan daripada yang ada dalam konsep diri seseorang.
2. Penampilan Bersifat Sosial  
Keberhasilan seseorang dalam memerankan sebuah gambaran khusus bergantung pada orang lain menangkap mengenai apa yang seseorang lakukan dan bertindak dengan cara-cara yang kurang lebih cocok atau sesuai.
3. Penampilan Bersifat Pribadi  
Penampilan adalah sesuatu yang diinginkan. Tindakan-tindakan yang dilakukan seseorang dalam sebuah interaksi khusus dapat membawa rasa malu dan melindungi atau menjaga diri.<sup>75</sup>

Dalam setiap interaksi, penampilan bersifat rentan tak terindungi. Seseorang selalu memerankan beberapa citra diri publik. Banyak tindakan seseorang yang biasa setiap hari memiliki potensi untuk mengancam penampilan diri sendiri atau penampilan orang lain.

Penelope Brown dan Stephen Levinson dalam Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss mengemukakan bahwa kesopanan sering menjadi sebuah tujuan, karena

---

<sup>75</sup>Muhammad Budyatna, *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antarpribadi*, h.

merupakan sebuah nilai universal budaya.<sup>76</sup> Kebudayaan-kebudayaan yang berbeda memiliki tingkat kesopanan yang berbeda dan cara-cara kesopanan yang berbeda, akan tetapi semua manusia memiliki kebutuhan untuk dihargai dan dilindungi yang disebut oleh para peneliti dengan istilah kebutuhan wajah. Wajah positif adalah keinginan untuk dihargai dan diakui, untuk disukai dan dihormati. Kesopanan positif dirancang untuk memenuhi keinginan-keinginan seperti menunjukkan perhatian, member pujian, dan menggunakan bentuk penyampaian yang terhormat. Wajah negatif adalah keinginan untuk bebas dari gangguan atau kekacauan, sedangkan kesopanan negatif dirancang untuk melindungi orang lain ketika kebutuhan wajah negatif terancam.

Teori kesopansantunan memberikan gambaran yang terperinci tentang macam-macam cara bahasa yang dapat digunakan untuk menghindari dari rasa malu seseorang apabila orang melakukan sebuah tindakan yang mengancam penampilan.

Kontribusi utama tentang teori kesopansantunan adalah membantu kita untuk mendengarkan nuansa-nuansa mengenai bahasa yang dapat menciptakan sebuah kesan menyeluruh, baik mengenai pembicara, pendengar, tindakan, dan hubungan. Ciri-ciri linguistik ini kadang-kadang digunakan untuk menegaskan hubungan-hubungan dan identitas-identitas bahkan ketika tidak adanya ancaman penampilan dan para pembicara kadang-kadang mencampurkan dan membuat strategi-

---

<sup>76</sup>Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Theories of Human Communication* diterjemahkan oleh Mohammad Yusuf Hamdan dengan judul *Teori Komunikasi*, h. 182-183.

strategi yang berbeda. Strategi ini akan membantu memahami proses dan membantu dalam mempertimbangkan pilihan-pilihan kita dalam situasi-situasi yang menantang.

Teori kesopansantunan memandang komunikasi sebagai aktivitas rasional, sosial, dan kooperatif.<sup>77</sup> Rasional dapat mengusulkan individu-individu merumuskan tujuan-tujuan dalam pikiran-pikiran mereka dan dengan bijaksana memilih bagaimana melakukan tujuan-tujuan tersebut. Sebagai aktivitas sosial, bahwa kesopansantunan dalam berkomunikasi adalah bagaimana orang dapat tiba pada pemahaman bersama dengan memberikan bimbingan, petunjuk ataupun nasehat kepada orang lain. Sedangkan aktivitas kooperatif yaitu melakukan kerjasama dalam berinteraksi.

Teori ini bermanfaat bagi ilmuwan komunikasi sebagai model normatif mengenai komunikasi strategis. Teori ini mengarahkan perhatian manusia kepada penilaian-penilaian normatif mengenai apakah orang harus berkata atau berbuat, jika mereka ingin dilihat sebagai tindakan yang tepat dan efektif. Fokus perhatian dari teori ini adalah pada dilema-dilema mengenai interaksi dan cara-cara yang kreatif dan konstruktif seseorang dalam menggunakan bahasa untuk membuat identitas-identitas dan hubungan-hubungan sebagaimana mereka melakukan tugas-tugas seperti meminta, menasehati, atau mengkritik.

---

<sup>77</sup>Muhammad Budyatna, *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antarpribadi*, h. 289.

### 6.1.3 Teori Komunikasi Antarpribadi Terpusat Pada Hubungan

Teori-teori yang disajikan pada bagian ini merupakan teori-teori mengenai hal-hal yang terkemuka dalam memahami komunikasi antarpribadi yang terpusat pada hubungan. Teori-teori ini berkaitan tentang hubungan-hubungan pribadi. Berbeda dengan teori-teori sebelumnya yang memusatkan perhatian pada pembuatan pesan-pesan individual atau pemrosesan atau wacana dan interaksi. Adapun teori-teori tersebut dapat dijelaskan berikut ini :

#### a. Teori Pertukaran Kasih Sayang

Teori ini bermula pada tahun 2001 yang ditulis oleh Kory Floyd, Jeff Judd, dan Colin Hesse dalam *Affection Exchange Theory* (Teori Pertukaran Kasih Sayang) dengan subjudul *A Bio-Evolutionary Look at Affection Communication* (Sebuah Pandangan Bio-Evolusioner pada Komunikasi Penuh Kasih Sayang). Teori ini disebut AET (*Affection Exchange Theory*). Teori mengemukakan bahwa banyak hubungan antarpribadi diprakarsai dan dipelihara melalui pertukaran perilaku-perilaku kasih sayang, seperti memeluk, mencium, pegangan tangan, dan mengatakan “Aku Cinta Padamu”. Pernyataan kasih sayang ini sering bertindak sebagai saat yang menentukan dan mempercepat pengembangan hubungan. Namun demikian, komunikasi penuh kasih sayang berkontribusi tidak hanya kepada kesehatan tentang hubungan, tetapi juga kepada kesehatan orang itu sendiri.

Tujuan utama dari teori ini adalah untuk menerangkan mengapa umat manusia mengkomunikasikan kasih sayang terhadap satu sama



lain, dan dengan konsekuensi-konsekuensi apa. Asumsi-asumsi dalam teori ini yaitu reproduksi dan kelangsungan hidup keduanya merupakan tujuan-tujuan manusia yang unggul, perilaku-perilaku komunikasi dapat bertindak satu atau keduanya tentang tujuan-tujuan yang unggul ini bahkan dalam cara-cara spekulatif, dan individu-individu tidak perlu sadar tentang tujuan-tujuan evolusioner yang perilaku-perilaku mereka lakukan.

Untuk memperkuat asumsi di atas, terdapat dua asumsi pokok yaitu bahwa umat manusia seperti halnya organisme hidup lainnya, tunduk kepada prinsip-prinsip mengenai seleksi alam dan seleksi seksual. Asumsi kedua yaitu bahwa perilaku komunikasi manusia hanya sebagian tunduk kepada pembatasan yang disengaja dari komunikator. Jadi AET berasumsi bahwa komunikasi dipengaruhi tidak hanya oleh pengaruh-pengaruh yang dibangun secara sosial seperti peran-peran gender atau norma-norma kultural tetapi juga oleh pengaruh-pengaruh faktual dalam biologi dan adaptasi evolusioner.

AET memiliki beberapa ciri yang dimulai dengan proposisi bahwa kebutuhan dan kapasitas untuk kasih sayang adalah pembawaan sejak lahir. Manusia dilahirkan dengan kemampuan dan kebutuhan untuk merasakan kasih sayang. Proposisi selanjutnya yaitu perasaan kasih sayang dan pernyataan kasih sayang boleh jadi berbeda pengalamannya bagi setiap orang. Teori ini membedakan antara pengalaman emosional tentang kasih sayang dan perilaku-perilaku yang secara nyata ditampilkan. Proposisi terakhir menyatakan bahwa komunikasi yang penuh kasih sayang bersifat adaptif berkenaan dengan kelangsungan hidup manusia dan kesuburan. Ini adalah

inti dari AET yang berasumsi bahwa menerima dan menyampaikan pernyataan-pernyataan penuh kasih sayang berkontribusi bagi kelangsungan hidup dan keberhasilan reproduksi.<sup>78</sup>

AET merupakan sebuah teori komprehensif pertama tentang komunikasi dengan penuh kasih sayang dan memberikan pandangan yang lebih luas dan lebih hebat mengenai komunikasi dengan penuh kasih sayang yang berkontribusi pada motivasi-motivasi manusia yang penting dan abadi dihubungkan dengan kelangsungan hidup dan reproduksi. Selain itu, hipotesis AET memberikan dukungan empiris yang penting, tidak hanya dalam bidang hubungan-hubungan keluarga dan kesehatan tetapi juga dalam komunikasi nonverbal dan persuasi. Akan tetapi, teori ini kurang detail dalam hal saluran-saluran komunikasi dengan penuh kasih sayang terhadap kesehatan fisik, dan kurangnya perhatian pada pengetahuan sosial. Ini dapat dipahami karena AET menggunakan pendekatan bio-evolusioner dan psikologis.

#### **b. Teori Pertalian**

Teori ini merupakan teori komunikasi yang terpusat pada hubungan, yang ditulis oleh Laura K. Guerrero pada tahun 2008 dengan judul asli *Attachment Theory*, subjudul *A Communication Perspective*. Teori ini bertujuan untuk memahami interaksi antara yang satu dengan lainnya yang mempengaruhi perkembangan kepribadian. Pada tahun 1969, Bowlby dalam Muhammad Budyatma memberikan beberapa asumsi yang paling

---

<sup>78</sup> Muhammad Budyatna, *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antarpribadi*, h. 302-303.

pokok yaitu bahwa umat manusia memiliki kecenderungan pembawaan lahir untuk membentuk pertalian-pertalian dengan orang lain, dimulai sejak masa kecil sampai berlanjut sepanjang umur.<sup>79</sup> Asumsi lainnya adalah pertalian atau kasih sayang merupakan produk kekuatan-kekuatan biologis dan interaksi sosial dalam lingkungan seseorang. Asumsi selanjutnya adalah adanya system pertalian yang meliputi kognisi, emosi, dan perilaku yang tampak, dihidupkan atau diaktifkan apabila umat manusia membutuhkan perlindungan atau mengalami kesusahan atau keduanya.

Ciri-ciri utama dari teori ini adalah menyelidiki pola-pola terpadu tentang kognisi, emosi, dan perilaku sepanjang umur. Teori ini juga membahas tentang bagaimana orang mengembangkan gaya-gaya pertalian yang berbeda dan bagaimana gaya-gaya pertalian itu dapat dimodifikasi.

Komunikasi menduduki peranan penting dalam teori ini. Komunikasi memiliki peran dalam proses pertalian.<sup>80</sup> Komunikasi menyebabkan gaya-gaya pertalian untuk mengembangkan dan mengubahnya. Misalnya, anak muda cenderung mengembangkan gaya pertalian yang aman apabila mereka mempunyai pengasuh yang penuh perhatian, mau mendengarkan, dan peka terhadap kebutuhan-kebutuhan mereka. Berbeda dengan anak yang diterlantarkan cenderung berperilaku defensif atau mematikan interaksinya. Peran selanjutnya adalah

---

<sup>79</sup>Muhammad Budyatna, *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antarpribadi*, h. 314.

<sup>80</sup>Muhammad Budyatna, *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antarpribadi*, h. 318-322.

komunikasi mencerminkan persepsi-persepsi tentang diri sendiri dan orang lain, komunikasi sebagai mediator mengenai pertalian dan kualitas hubungan, serta komunikasi akan memperkuat gaya pertalian karena manusia berkomunikasi dengan cara-cara yang konsisten dengan gaya-gaya pertalian mereka, yang kemudian mengarahkan orang untuk memperlakukannya dengan cara-cara yang memperkuat model-model mereka tentang diri sendiri dan orang lain.

Teori ini dicerminkan dalam bentuk-bentuk khusus tentang komunikasi antarpribadi, termasuk pemeliharaan relasional, konflik, keakraban, pernyataan emosional, dan kecakapan sosial. Teori ini memiliki kelebihan karena menarik secara intuitif, manusia dapat menghubungkan gaya-gaya pertalian dan melihat diri mereka dan orang lain. Selanjutnya, teori ini sifatnya hemat karena konsep mengenai gaya pertalian menggambarkan titik pertemuan mengenai model-model tentang diri sendiri dan orang lain walaupun juga menjelaskan pola-pola yang dapat dimengerti tentang kognisi, emosi, dan perilaku. Teori ini juga dapat diterapkan dalam berbagai aspek mengenai hubungan yang aktif dan melintasi batas-batas metodologis dan disipliner. Jika teori ini memiliki kelebihan, maka dia juga memiliki keterbatasan.<sup>81</sup> Teori ini telah dibatasi oleh masalah-masalah ukuran dan sebuah fokus pada pertalian sebagai variabel kepribadian. Hal ini menyebabkan beberapa ilmuwan komunikasi membantah bahwa teori ini bukanlah sebuah teori, akan tetapi ia

---

<sup>81</sup>Muhammad Budyatna, *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antarpribadi*, h. 326-327.

merupakan variabel perbedaan individual yang menyenangkan.

### c. Teori Pengelolaan Kerahasiaan Komunikasi

Teori ini merupakan teori komunikasi yang terpusat pada hubungan, yang ditulis oleh Sandra Petronio dan Wesley T. Durham tahun 2008 dengan judul aslinya, *Communication Privacy Management Theory* dengan subjudul, *Significance for Interpersonal Communication*. Teori ini merupakan teori *grounded* didasarkan pada penelitian yang sistematis dirancang untuk mengembangkan sebuah pemahaman berdasarkan bukti mengenai cara orang mengatur pengungkapan dan menyembunyikan informasi pribadi.

Ada beberapa asumsi dalam teori ini adalah ketegangan dialektis publik-pribadi, konseptualisasi informasi pribadi, dan peraturan-peraturan kerahasiaan.<sup>82</sup> Teori ini memandang bahwa proses pengungkapan sudah menjadi sifat dialektis, makna yang orang ungkapkan, mereka mengelola sebuah perselisihan dengan tarik-ulur tentang pengungkapan dan penyembunyian informasi diri. Oleh karenanya, seseorang harus mengatur kerahasiaannya, yang mana yang harus diungkapkan dan yang mana yang harus disembunyikan.

Teori ini juga mengemukakan bahwa satu cara untuk mengkonseptualisasikan informasi pribadi adalah pengertian tentang kepemilikan. Informasi pribadi adalah sesuatu yang dipercaya menjadi hak diri pribadi. Oleh karena itu, informasi pribadi menjadi milik pribadi dan

---

<sup>82</sup>Muhammad Budyatna, *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antarpribadi*, h. 331.

seseorang memiliki hak untuk mengendalikannya. Seseorang berhak mengungkapkan informasi tertentu kepada orang lain ataupun menyimpannya sebagai milik pribadi, tergantung pada pilihan mana yang terbaik. Untuk menggambarkan cara orang membuat pilihan tentang penyebaran informasi kepada orang lain, maka teori ini memberikan konsep tentang peraturan-peraturan kerahasiaan. Peraturan ini dikembangkan dengan menggunakan paling sedikit lima kriteria termasuk kriteria kultural, gender, motivasi, kontekstual dan rasio resiko-keuntungan. Kriteria ini merupakan latar belakang bagi pengembangan peraturan, berarti bahwa kriteria ini memberikan garis-garis pedoman untuk keputusan-keputusan yang mengatur pasang surut informasi pribadi. Setiap kriteria memberikan kontribusi kepada pengembangan peraturan-peraturan kerahasiaan yang orang gunakan untuk mengelola batas-batas mereka. Misalnya, kriteria kultural penting karena kerahasiaan sering kali memiliki nilai khusus di masyarakat, etnisitas, atau kelompok. Jika sebuah budaya menetapkan keterbukaan sebagai sebuah akses penting kepada aktivitas sosial, kecenderungan bagi orang dari budaya tersebut akan memilih keterbukaan daripada kerahasiaan.

Teori ini merupakan teori yang memiliki kekuatan yang signifikan. Teori ini secara eksplisit bersifat *grounded* dan berasal dari komunikasi. Sebuah teori komunikasi yang membantu seseorang untuk memahami orang dalam mengungkapkan dan menyembunyikan informasi pribadi. Teori ini telah digunakan oleh peneliti dalam komunikasi antarpribadi dan komunikasi keluarga. Teori ini bersifat fleksibel yang dapat membantu para peneliti dalam

pemahaman yang sepenuhnya dialektika kelancaran kerahasiaan, dan dapat diterapkan kepada masalah-masalah dunia nyata.

Teori ini termasuk teori baru. Olehnya itu, perlu untuk dikembangkan lebih lanjut dan perlu digunakan secara kontinu mengenai prinsip-prinsip teoretis untuk melakukan penyesuaian-penyesuaian dan revisi.

## Latihan !

1. Apa yang dimaksud dengan teori-teori komunikasi antarpribadi?
2. Jelaskan tentang teori-teori komunikasi antarpribadi yang terpusat pada individu!
3. Bagaimana strategi dalam mempelajari kebohongan verbal menurut David Buller dan Judee Burgoon dalam Teori Kebohongan Antarpribadi?
4. Jelaskan beberapa asumsi yang mendasari Teori *Affection Exchange Theory* atau Teori Pertukaran Kasih Sayang dalam komunikasi!
5. Jelaskan salah satu diantara teori-teori komunikasi antarpribadi yang terpusat pada hubungan!

# 07

## *Konsep Dasar Komunikasi Kelompok Organisasi*

### **A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah**

Bab ini membahas mengenai definisi komunikasi kelompok/organisasi, fungsi dan gaya komunikasi kelompok/ organisasi.

### **B. Pedoman Mempelajari Materi**

Pahami dengan jelas isi materi mengenai definisi komunikasi kelompok/organisasi serta fungsi komunikasi kelompok/ organisasi.

### **C. Tujuan Pembelajaran**

1. Mahasiswa dapat mengetahui pengertian komunikasi kelompok/organisasi.
2. Mahasiswa dapat mengetahui fungsi dan gaya komunikasi kelompok/organisasi.
3. Mahasiswa dapat menjelaskan pengertian komunikasi kelompok/organisasi.



## Materi Kuliah:

### 7.1 Pengertian Komunikasi Kelompok/Organisasi

Ada beberapa definisi komunikasi kelompok/organisasi yang dikemukakan oleh para ahli, diantaranya:<sup>83</sup>

- a. Menurut Wayne (2001), Komunikasi organisasi didefinisikan sebagai suatu pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.
- b. GoldHaber (1986), Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah.
- c. Arnold and Feldman (1986), Komunikasi organisasi adalah pertukaran informasi diantara orang-orang di dalam organisasi, dimana prosesnya secara umum meliputi tahapan-tahapan : *attention, comprehension, acceptance as true, and retention*.
- d. Wiryanto (2005), Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi.

---

<sup>83</sup> <https://pakarkomunikasi.com>., diakses pada tanggal 20 Oktober 2017.

Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Misalnya, memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Sedangkan komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial, orientasinya bukan pada organisasi, akan tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.<sup>84</sup>

- e. Devito (1997), Komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan pesan baik dalam organisasi di dalam kelompok formal maupun kelompok informal organisasi.

## 7.2 Fungsi dan Gaya Komunikasi Organisasi

Ada beberapa fungsi komunikasi organisasi yaitu :

- a. Proaksi dan regulasi
- b. Menentukan tujuan organisasi
- c. Menentukan area permasalahan
- d. Mengevaluasi performa
- e. Memberikan komando, instruksi, memimpin, dan mempengaruhi inovasi.
- f. Mendapatkan informasi baru
- g. Cara mengkomunikasikan sesuatu yang baru dalam sosialisasi dan perbaikan
- h. Harga diri anggota

---

<sup>84</sup>Ngalimun, *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Praktis* (Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2017), h. 84.

Firman Allah SWT dalam Al Qur'an surat ar-Rahman/55: 1-4:

الرَّحْمَنُ ۝ عَلَّمَ الْقُرْآنَ ۝ خَلَقَ الْإِنْسَانَ ۝ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ ۝

Terjemahnya:

(Allah) yang Maha pengasih, yang telah mengajarkan Al Qur'an. Dia menciptakan manusia, mengajarnya pandai berbicara. (ar-Rahman/55:1-4)

Ayat di atas dijadikan sebagai landasan dalam berkomunikasi. Setiap manusia butuh komunikasi, butuh teman dalam berbicara karena manusia adalah makhluk sosial yang selalu ingin berinteraksi dengan manusia lainnya.

Fungsi komunikasi dalam berorganisasi dapat dibagi menjadi empat fungsi yaitu *informative*, *regulative*, *persuasive*, dan *integrative*.<sup>85</sup> Adapun fungsi tersebut dapat dijelaskan berikut ini :

a. Fungsi Informatif

Organisasi dipandang sebagai sistem yang memproduksi dan memproses dan memproses informasi. Anggota organisasi berhak menyuplai informasi dan mendapatkan informasi yang layak. Hal ini untuk mendukung kinerja setiap orang yang berada dalam komunikasi.

b. Fungsi Regulatif

Fungsi ini berkaitan dengan peraturan yang berlaku suatu organisasi. Pada semua organisasi, ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif ini yaitu

---

<sup>85</sup>Iswandi Syahputra, *Ilmu Komunikasi: Tradisi, Perspektif dan Teori* (Cet. I; Yogyakarta: Calpulis, 2016), h. 56-57.

atasan atau hirarki managerial. Artinya, secara hirarki atasan dalam struktur organisasi memiliki peran regulatif. Namun, dipatuhi atau tidaknya regulasi tersebut tergantung pada keabsahan pemimpin dalam menyampaikan pesan, keaktifan pemimpin dalam memberi sanksi, kepercayaan bawahan pada atasan, dan tingkat kredibilitas isi pesan. Pengaruh selanjutnya adalah pesan dalam aturan itu sendiri. Pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada peningkatan kinerja.

c. Fungsi Persuasif

Fungsi ini untuk menyukseskan kinerja karyawan atau anggota organisasi, sebab dengan regulasi saja biasanya pesan tidak dapat diterima dan dijalankan dengan baik oleh bawahan sehingga perlu pendekatan persuasif yang dapat menimbulkan sikap sukarela untuk mematuhi regulasi.

d. Fungsi Integratif

Fungsi ini merupakan penggabungan berbagai media atau saluran informasi yang digunakan oleh sebuah organisasi untuk mencapai tujuan bersama.

Dalam mencapai tujuan organisasi, seorang pemimpin harus memiliki gaya dalam berkomunikasi. Beberapa gaya komunikasi dalam sebuah organisasi adalah *the controlling style, the equalitarian style, structuring style, dynamic style, and the relinquishing*.<sup>86</sup> Adapun penjelasan dari gaya tersebut dapat dijelaskan berikut ini :

---

<sup>86</sup>Iswandi Syahputra, *Ilmu Komunikasi: Tradisi, Perspektif dan Teori*, h. 57-58.

a. *The Controlling Style*

Gaya ini bersifat mengendalikan ditandai dengan satu kehendak untuk membatasi dan mengatur perilaku bawahan oleh pimpinan. Orang-orang dengan gaya seperti ini biasanya menggunakan komunikasi satu arah.

b. *The Equalitarian Style*

Komunikasi ini berdasar pada prinsip kesamaan antara pimpinan dan bawahan. Komunikasi ini ditandai dengan aplikasi komunikasi dua arah.

c. *Structuring Style*

Gaya komunikasi ini memanfaatkan pesan verbal secara tertulis maupun tidak tertulis guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan.

d. *Dynamic Style*

Gaya komunikasi ini cenderung agresif karena sender (pengirim pesan) memahami lingkungan pekerjaannya.

e. *The Relinquishing*

Gaya komunikasi ini ditekankan pada kesediaan pimpinan menerima saran, pendapat atau koreksi dari orang lain, dari pada keinginan untuk memberi perintah.

Beberapa gaya kepemimpinan di atas, mempengaruhi sebuah organisasi untuk mencapai tujuannya. Ketika organisasi tersebut menerapkan gaya bervariasi sesuai dengan kondisi organisasinya maka organisasi tersebut dapat mencapai tujuan organisasi yang lebih baik.

# Latihan !

1. Kemukakan pengertian komunikasi kelompok/organisasi menurut para ahli!
2. Tuliskan ayat Al-Quran tentang landasan dalam komunikasi!
3. Jelaskan fungsi komunikasi kelompok/organisasi!

**Jelaskan beberapa gaya dalam berkomunikasi!**



# 08

## *Teori Komunikasi Kelompok Organisasi*

### **A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah**

Bab ini membahas mengenai teori- teori yang berkaitan dengan komunikasi kelompok/organisasi.

### **B. Pedoman Mempelajari Materi**

Pahami dengan jelas isi materi mengenai teori- teori yang berkaitan dengan komunikasi kelompok/organisasi.

### **C. Tujuan Pembelajaran**

1. Mahasiswa dapat memahami apa yang dimaksud dengan teori.
2. Mahasiswa dapat memahami teori komunikasi kelompok/organisasi.
3. Mahasiswa dapat menjelaskan teori- teori komunikasi kelompok/organisasi.



## **Materi Kuliah:**

### **8.1 Pengertian Teori**

Secara umum, teori merupakan analisis hubungan antara fakta yang satu dengan fakta yang lain pada sekumpulan fakta-fakta yang disusun secara sistematis, logis (rasional), empiris (kenyataan), juga simbolis dalam menjelaskan suatu fenomena. Berikut beberapa definisi teori menurut para ahli.<sup>87</sup>

**a. Menurut Littlejohn dan Karen Foss**

Teori merupakan sebuah sistem konsep-konsep abstrak dan hubungan dari konsep yang membantu kita untuk memahami fenomena.

**b. Menurut Kerlinger**

Teori merupakan sebuah konsep yang berhubungan satu sama lain yang berisi pandangan sistematis fenomena.

**c. Menurut Stevens**

Teori merupakan pernyataan yang isinya menyebabkan atau ciri beberapa fenomena.

**d. Menurut Manning**

Teori merupakan seperangkat asumsi dan kesimpulan logis yang mengaitkan satu set variable satu dengan lain. Teori akan menghasilkan prediksi yang dapat dibandingkan dengan pola yang diamati.

**e. Menurut Fawcett**

Teori merupakan deskripsi dari fenomena tertentu, penjelasan tentang hubungan antara fenomena atau

---

<sup>87</sup> *www.dosenpendidikan.com.*, diakses pada tanggal 20 Oktober 2017.

prediksi tentang penyebab dan konsekuensi dari fenomena-fenomena lainnya.

**f. Menurut Travers**

Terdiri dari teori generalisasi dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena dan generalisasi harus prediktif. Teori terdiri dari generalisasi dimaksudkan untuk menjelaskan dan memprediksi fenomena.

**g. Menurut Gardner Linzey**

Sebuah teori ialah hipotesis “dugaan sementara” yang belum terbukti atau spekulasi tentang fakta bahwa itu ialah tidak pasti.

**h. Menurut Emory-Cooper**

Teori merupakan seperangkat konsep, definisi, proposisi dan variable yang berhubungan satu sama lain secara sistematis dan memiliki umum sehingga mereka dapat menjelaskan dan memprediksi fenomena “fakta” tertentu.

**i. Menurut Calvin S. Hall**

Sebuah teori ialah hipotesis “dugaan sementara” yang belum terbukti atau spekulasi tentang fakta bahwa itu ialah tidak pasti.

j. **Teori** adalah sebuah proses mengembangkan ide-ide yang membantu kita menjelaskan bagaimana dan mengapa suatu peristiwa terjadi - *JONATHAN H. TURNER.*

k. **Teori** adalah seperangkat ide, konstruk atau variabel, definisi, dan proposisi yang memberikan gambaran suatu fenomena atau peristiwa secara sistematis

dengan cara menentukan hubungan antar-variabel - *Creswell*.

## 8.2 Teori Komunikasi Kelompok/Organisasi

Belajar tentang teori biasanya sering membingungkan. Apa lagi jika bahasa yang dikemukakan oleh para ahli sulit untuk dipahami. Oleh karena itu, mempelajari teori membutuhkan tingkat konsentrasi dan analisa yang cukup tinggi untuk memaknai kalimat demi kalimat yang tertuang dalam teori tersebut.

Setelah kita memahami definisi teori dari beberapa ahli di atas, maka pada bagian ini kita akan membahas mengenai teori komunikasi kelompok/organisasi yang sering digunakan. Berikut ini ada beberapa kelompok pembagian teori komunikasi organisasi:<sup>88</sup>

### a. Tradisi Sosiopsikologis

#### 1. Teori Weber tentang Birokrasi

Max Weber mendefinisikan sebuah organisasi sebagai sebuah system kegiatan interpersonal yang memiliki maksud tertentu yang dirancang untuk menyelaraskan tugas- tugas individu. Ia menganggap organisasi yang birokratik adalah bentuk organisasi yang paling efisien. Organisasi yang ideal adalah birokrasi dimana aktifitas dan tujuan diturunkan secara rasional dan pembagian kerja disebutkan dengan jelas.

---

<sup>88</sup> Littlejohn, Stephen and Foss, Karen, A. *Theories of Human Communication*. Nine Edition( Belmont, CA : Thomson Wadsworth, 2008), h. 323.

Model birokrasi Weber menggambarkan dengan baik metafora mesin dari organisasi. Model ini mengikuti sebuah pandangan mekanistik atas bawah tentang bagaimana kelompok- kelompok yang besar harus mengoordinasikan kegiatan mereka demi mencapai tujuan. Tradisi sibernetika yang telah memiliki pengaruh yang besar dalam teori komunikasi organisasi, memandang proses koordinasi dalam cara yang lebih kompleks daripada teori birokrasi ini.

## **b. Tradisi Sibernetika**

Dalam pendekatan yang sangat berbeda dari tradisi sosiopsikologis, teori- teori sibernetika memandang susunan sebagai sesuatu yang muncul dari pola- pola interaksi dalam organisasi. Disini, kita melihat pada tiga teori yang mewakili tradisi sibernetika ini. Yakni, teori Weick tentang proses berorganisasi, teori Taylor tentang co-orientasi, dan sebuah teori tentang jaringan.

### **1. Proses Berorganisasi**

Salah satu teori yang paling berpengaruh dari tradisi sibernetika adalah teori dari Karl Weick. Menurut teori ini, organisasi bukanlah susunan yang terbentuk oleh posisi dan peranan, tetapi oleh aktivitas komunikasi. Secara spesifik, interaksi yang membentuk sebuah organisasi terdiri atas sebuah tindakan atau sebuah pernyataan atau perilaku seorang individu. Weick yakin bahwa, semua kegiatan berorganisasi adalah interaksi ganda. Pola- pola interaksi menyatukan manusia ke dalam kelompok- kelompok dan menyatukan kelompok- kelompok ke dalam jaringan yang lebih besar.

## **2. Teori Co- orientasi Taylor tentang Organisasi**

Mengikuti Weick, James Taylor dan koleganya memandang berorganisasi sebagai sebuah proses interaksi, tapi mereka memperluas gagasan ini dalam cara yang berbeda. Dalam sebuah teori yang luas dan interdisipliner yang idambil dari ilmu bahasa, wacana, dan teori organisasi, Taylor dan timnya menciptakan sebuah gambaran tentang bagaimana organisasi tersusun dalam percakapan.

Taylor memulai pemikirannya dengan gagasan bahwa, kegiatan berorganisasi terjadi ketika dua orang berinteraksi seputar fokus masalah tertentu. Taylor menyebut ini dengan co-orientasi, gagasan bahwa dua orang yang berorientasi pada sebuah objek umum ( topic, isu, keprihatinan, situasi, gagasan, tujuan, orang lain, kelompok, dan organisasinya).

## **3. Teori Jaringan**

Jaringan (Network) merupakan susunan sosial yang diciptakan oleh komunikasi antarindividu dan kelompok. Saat manusia berkomunikasi, tercipta mata rantai. Mata rantai tersebut merupakan jalur komunikasi dalam sebuah organisasi. Beberapa diantaranya ditentukan oleh aturan- aturan organisasi dan mendasari jaringan formal, tapi saluran- saluran ini hanya mengungkapkan bagian susunan organisasi.

Gagasan structural dari teori jaringan adalah keterkaitan ( conection). Gagasan bahwa ada pola komunikasi yang cukup stabil antarindividu. Satuan

dasar dari organisasi menurut teori jaringan adalah mata rantai (link) antara dua orang. System organisasi terdiri dari banyaksekali mata rantai yang membagi orang-orang ke dalam kelompok-kelompok dan menghubungkannya dengan organisasi. Sebuah organisasi tidak pernah terdiri atas sebuah jaringan tunggal, tetapi dibentuk oleh banyak jaringan yang saling menimpa.

### **c. Tradisi Sosiokultural**

Teori-teori sosiokultural sebenarnya kurang relevan dengan jaringan hubungan antarindividu dan lebih terfokus pada makna dan penafsiran bersama yang terbentuk dalam jaringan dan implikasi susunan ini untuk kehidupan organisasi. Dalam bagian ini, terdapat empat teori yang mewakili tradisi sosiokultural, yakni teori strukturasi, teori kenali organisasi, dan budaya organisasi.

#### **1. Teori Strukturasi**

Strukturasi adalah proses akibat yang tidak diharapkan dari tindakan menciptakan norma, aturan dan susunan sosial lain yang membatasi atau mempengaruhi tindakan dimasa depan. Strukturasi terjadi ketika anggota organisasi bertindak sesuai dengan keputusan organisasi yang merupakan tempat penerimaan (reception). Sebagai contohnya, setelah keputusan diambil untuk mendirikan kampus seni kreatif, seorang dekan akan diangkat, beberapa kepala jurusan akan bertemudengan dekan yang baru, dan jalur komunikasi pengajaran berubah ketika kampus yang baru masuk kedalam organisasi.

Selain susunan organisasi, iklim organisasi juga dapat muncul dari strukturasi. Secara tradisional, iklim organisasi dipandang sebagai salah satu variable kunci yang mempengaruhi komunikasi dan produktivitas serta kepuasan pegawai. Poole dan Mcphee mendefinisikan iklim organisasi secara strukturasi sebagai sebuah sikap kolektif yang terus dihasilkan dan dihasilkan kembali oleh interaksi anggota.

## **2. Teori Kendali Organisasi**

Anda tidak dapat melakukan apapun yang anda ingin lakukan dalam sebuah organisasi. Philip Tompkins, George Cheney, dan rekan-rekan meeka telah mengembangkan sebuah pendekatan yang baru dan berguna terhadap komunikasi organisasi. Para ahli teori ini tertarik dalam cara-cara komunikasi biasa membentuk kendali atas pegawai.

Organisasi harus memiliki sebuah cara untuk menarik individu dengan semua ketertarikan variable mereka ke dalam sebuah identifikasi umum dengan organisasi. Perbedaan identitas, atau bahkan pertentangan, dapat ditangani jika setidaknya ada keseluruhan identifikasi dengan organisasi sebagai sebuah kesatuan. Karena alasan ini, kemajemukan dan perbedaan yang tidak terkendali tidak dapat ditoleransi oleh sebuah organisasi.

## **3. Budaya Organisasi**

Teori-teori tentang budaya organisasi menekankan pada cara-cara manusia membentuk realitas organisasi. Gerakan budaya organisasi telah sangat luas menyentuh seluruh aspek organisasi. Budaya organisasi adalah

sesuatu yang dihasilkan melalui interaksi sehari-hari dalam organisasi. Bukan hanya tugas pekerjaan, tetapi semua jenis komunikasi.

#### **d. Tradisi Kritis**

Tradisi kritis dalam komunikasi organisasi juga terkait dengan budaya, tetapi lebih khusus lagi dengan hubungan kekuasaan dan ideology yang muncul dalam interaksi organisasi.

##### **1. Wacana Kecurigaan dari *Dennis Mumby***

Mumby menyebutnya “wacana kecurigaan”, atau sikap mempertanyakan, dan pengujian tentang, susunan dalam ideology, kekuasaan, dan kendali dalam organisasi. Mumby menggunakan kata-kata wacana kecurigaan untuk menyatakan bagaimana makna dan perilaku di permukaan mengaburkan susunan dalam dari konflik dan ketidakleluasaan yang membatasi kemungkinan adanya masyarakat yang demokratis.

Organisasi memiliki susunan, fungsi dan budaya tertentu. Kita mungkin mengkritisi budaya organisasi karena menonjolkan kekuasaan suatu kelompok di atas kelompok yang lain. Itu adalah contoh dari wacana kecurigaan.

##### **2. *Deetz* pada Manajerialisme dan Demokrasi Organisasi**

Deetz membayangkan organisasi sebagai sebuah alternative, sebuah pencapaian yang terus berjalan, dimana pemegang saham dapat mereklamasi tanggung jawab dan agensi dalam perusahaan. Demokrasi dengan



kata lain, harus terjadi dalam kegiatan sehari-hari, dan disinilah perubahan budaya organisasi dimulai.

### **3. Gender dan Ras dalam Komunikasi Organisasi**

Sebuah kajian oleh Joan Acker yang berpendapat bahwa, organisasi dibentuk oleh gender, organisasi adalah formasi sosial gender. Selain itu, ilmuwan lain yang mengemukakan teori ini adalah Angela Trethewey, seorang akademisi komunikasi organisasional feminis. Dalam setiap kasus yang diteliti, dia masuk dalam sebuah organisasi dan berbincang dengan wanita seputar pengalamannya daripada memandang organisasi dari luar.

Selanjutnya Karen Aschraft dan koleganya Brenda Allen memperluas kajian feminis dalam organisasi, menyarankan bahwa secara mendasar, organisasi tidak hanya sebuah area gender, tetapi mereka juga adalah ras. Karen dan Allen menawarkan beberapa pesan implisit tentang ras, yaitu:

- a. Ras adalah sebuah konsep tunggal, ketertarikan terpisah pada orang berwarna.
- b. Ras itu relevan ketika ras memberikan ketertarikan dalam organisasional seperti kreativitas dan produktivitas.
- c. Perbedaan budaya/ ras dilihat sebagai suatu kesamaan dengan perbedaan internasional.
- d. Diskriminasi sosial berakar dari kesamaan identitas dan kekurangan ras minoritas di tempat kerja,
- e. Tempat kerja orang kulit putih dan pekerja adalah norma.

1. Apa yang dimaksud dengan teori?
2. Kemukakan definisi teori menurut para ahli!
3. Jelaskan teori komunikasi yang berkaitan dengan komunikasi kelompok/organisasi!
4. Mengapa Max Weber mengemukakan bahwa, birokrasi adalah bentuk organisasi yang paling kompleks?

**Jelaskan perbedaan teori budaya organisasi dan teori gender !**



# 09

## *Komunikasi Internal & Eksternal Organisasi serta Kepemimpinan dalam Organisasi*

### **A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah**

Bab ini membahas tentang komunikasi internal dan eksternal dalam sebuah organisasi, serta bagaimana manajer berperan dalam organisasi.

### **B. Pedoman Mempelajari Materi**

Pahami dengan jelas isi materi mengenai komunikasi internal dan eksternal organisasi, serta peran manajerial.

### **C. Tujuan Pembelajaran**

1. Mahasiswa dapat menjelaskan komunikasi internal dan eksternal organisasi.
2. Mahasiswa dapat menjelaskan jenis- jenis komunikasi internal dan eksternal organisasi.
3. Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan peran manajerial dalam organisasi.

## **Materi Kuliah:**

### **9.1 Komunikasi Internal dan Eksternal Organisasi**

#### **9.1.1 Komunikasi Internal**

Komunikasi internal organisasi adalah proses penyampaian pesan antara anggota-anggota organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi, seperti komunikasi antara pimpinan dengan bawahan, antara sesama bawahan, dsb. Proses komunikasi internal ini bisa berujud komunikasi antarpribadi ataupun komunikasi kelompok. Juga komunikasi bisa merupakan proses komunikasi primer maupun sekunder (menggunakan media nirmassa).<sup>89</sup> Ada beberapa jenis komunikasi internal organisasi. Jenis-jenis tersebut yaitu:<sup>90</sup>

##### **a. Komunikasi Vertikal**

Yaitu komunikasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas. Komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan. Dalam komunikasi vertikal, pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informasi-informasi, dan lain-lain kepada bawahannya. Sedangkan bawahan memberikan laporan-laporan, saran-saran, pengaduan-pengaduan, dan sebagainya kepada pimpinan.

##### **b. Komunikasi horizontal atau lateral**

Yaitu komunikasi antara sesama seperti dari karyawan kepada karyawan, manajer kepada manajer. Pesan dalam komunikasi ini bisa mengalir di bagian yang sama di dalam organisasi atau mengalir antarbagian. Komunikasi lateral ini

---

<sup>89</sup>Ngalimun, *Ilmu Komunikasi : Sebuah Pengantar Praktis* (Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2017), h. 88.

<sup>90</sup> [www.pakarkomunikasi.com](http://www.pakarkomunikasi.com)., diakses pada tanggal 24 Oktober 2017

memperlancar pertukaran pengetahuan, pengalaman, metode, dan masalah. Hal ini membantu organisasi untuk menghindari beberapa masalah dan memecahkan yang lainnya, serta membangun semangat kerja dan kepuasan kerja.

### 9.1.2 Komunikasi Eksternal

Komunikasi eksternal merupakan kegiatan komunikasi yang biasa dilakukan oleh praktisi Humas dalam membina hubungan baik dengan publik eksternal. Tujuannya adalah mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran yang positif dari publik terhadap suatu organisasi.

Definisi lain juga mengemukakan bahwa, komunikasi eksternal organisasi adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Pada organisasi besar, komunikasi ini lebih banyak dilakukan oleh kepala hubungan masyarakat dari pada pimpinan sendiri. Yang dilakukan sendiri oleh pimpinan hanyalah terbatas pada hal-hal yang dianggap sangat penting saja. Misalnya melakukan konferensi pers, bertemu dengan ormas, dan lain-lain.

Menurut Effendi, komunikasi eksternal adalah komunikasi yang berlangsung antara pemimpin atau orang maupun kelompok yang mewakilinya dengan publik sasaran yang meliputi masyarakat sekitar, organisasi, instansi pemerintah, konsumen, dan pelanggan, media massa.<sup>91</sup>

Pendapat lain mengemukakan komunikasi eksternal adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan

---

<sup>91</sup>Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (PT. Remaja Rosdakarya, Bandung. 2005), h.128.

khalayak di luar organisasi.<sup>92</sup> Definisi lain komunikasi eksternal adalah komunikasi yang berlangsung antara organisasi atau perusahaan dengan pihak masyarakat atau publik yang ada diluar organisasi atau perusahaan tersebut.<sup>93</sup> Dengan demikian, komunikasi eksternal yaitu komunikasi yang terjadi antara organisasi dengan masyarakat yang ada di luar dari organisasi.

## 9.2 Kepemimpinan atau Managerial

Tidak diragukan bahwa peran yang paling banyak menyedot perhatian pada setiap pembahasan tentang kelompok adalah masalah pemimpin. Peran dasar seorang pemimpin adalah mengoordinasi kegiatan individu- individu sehingga mereka berkontribusi kepada tujuan keseluruhan kelompok dan kepada kemampuan adaptasi umum dari kelompok.

Kepemimpinan dilaksanakan melalui komunikasi. Para pemimpin bertanggung jawab bagi pencapaian tujuan tertentu. Fungsi dasar kepemimpinan terbagi ke dalam dua kategori.<sup>94</sup> Kategori tersebut yaitu:

### 1. Fungsi Pemeliharaan Kelompok

- a. Mempromosikan partisipasi
- b. Mengatur interaksi
- c. Mempromosikan kepuasan kebutuhan
- d. Meningkatkan kerja sama
- e. Menengahi konflik

---

<sup>92</sup>Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kebumasan*, (Jakarta:PT.Bumi Aksara,2005), h. 130.

<sup>93</sup>PeranginAngin Loina, *Hubungan Masyarakat, Membina Hubungan yang Baik dengan Publik*, (Bandung: CV.Lalolo, 2001), h.102.

<sup>94</sup>[www.pakarkomunikasi.com](http://www.pakarkomunikasi.com)., diakses 24 Oktober 2017.

- f. Melindungi hak- hak individu
- g. Memberikan contoh prilaku
- h. Memikul tanggung jawab atas kegagalan kelompok
- i. Mempromosikan pengembangan kelompok

## **2. Fungsi Pencapaian Tujuan**

- a. Menginformasikan
- b. Merencanakan
- c. Mengorientasikan
- d. Mengintegrasikan
- e. Mewakili
- f. Menyelaraskan
- g. Memperjelas
- h. Mengevaluasi
- i. Membangkitkan semangat

Selain dari fungsi kepemimpinan di atas, kepemimpinan juga memiliki pendekatan atau teori. Kepemimpinan merupakan proses interaksional yang membantu orang dalam organisasi mengelola lingkungan mereka. Pemimpin yang efektif merencanakan dan memilih tindakan yang membantu organisasi atau kelompok mencapai tujuan mereka. Selain itu, mereka dapat membantu individu untuk memahami kendala yang mereka hadapi dalam menyelesaikan tugas- tugas mereka sehingga dapat diatasi. Ada ragam sudut pandang tentang kehadiran kepemimpinan yang baik. Ada beberapa pendekatan mengenai kepemimpinan.<sup>95</sup> Adapun beberapa pendekatan tersebut diantaranya yaitu :

---

<sup>95</sup>Lea P Stewart & Brent D. Ruben, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, (5th ed). (Jakarta: Grafindo. 2013), h.312.



**a. Pendekatan Pemimpin yang Baik adalah dilahirkan**

Pandangan tradisional ini percaya bahwa, kepemimpinan adalah bawaan kemampuan yang diwarisi dari orang tuanya. Dalam perspektif ini “pemimpin yang baik adalah dilahirkan, tidak dibuat.” Asumsinya adalah bahwa kualitas kepemimpinan melekat di dalam kepribadian seseorang. Entah kita memiliki kualitas ini atautakah tidak memilikinya. Menurut pendekatan ini, tantangan kepemimpinan adalah menemukan orang-orang yang memiliki bakat yang tepat. teori ini sering digunakan untuk menjaga kelompok orang tertentu untuk tetap pada posisi kepemimpinan, dan sudah tidak banyak lagi diikuti oleh orang pada hari ini.

**b. Pendekatan Gaya Terbaik Seseorang**

Pendekatan ini memandang kepemimpinan sebagai masalah gaya. Pengambilan keputusan dapat sepenuhnya terpusat atau bisa benar-benar menyebar di antara anggota kelompok. Jika pengambilan keputusan yang terpusat, gaya kepemimpinan dapat dicirikan sebagai *otokratis*. Khusus pada tipe kepemimpinan ini, pemimpin secara ketat mengontrol informasi di dalam kelompok, menugaskan peran dan tanggung jawab kepada anggota, dan memiliki sistem pertanggungjawaban yang resmi. Ketika kewenangan atau otoritas dibagi, tipe kepemimpinan disebut sebagai *demokratis* atau *partisipatoris*.

Berdasarkan studi yang membandingkan gaya kepemimpinan dan efeknya, pemikiran utamanya

adalah, bahwa gaya demokratis lebih unggul dalam hal produktivitas kelompok dan moral.

**c. Pendekatan kontekstual**

Pendekatan kontekstual memandang kepemimpinan sebagai hasil dari kemampuan individu, tujuan kelompok, tekanan dari luar terhadap kelompok, dan cara- cara anggota dalam kelompok berbicara, bekerja atau berhubungan satu sama lain.

Namun terlepas dari semua itu, bukanlah soal gaya kepemimpinan mana yang dipilih, namun adalah penting untuk diingat beberapa hal yang diingatkanoleh pakar komunikasi **J. Kevin Barge**:

- a. Kepemimpinan diberlakukan melalui komunikasi.
- b. Pemimpin memperbaiki, mengembangkan, dan memodifikasi sistem penyelenggaraan organisasi atau kelompok untuk mempertahankan kelangsungan hidup dalam perubahan lingkungan yang kompleks.
- c. Kunci kepemimpinan yang sukses di masa depan adalah kemampuan untuk mengoordinasikan beragam kelompok orang yang bekerja pada tugas- tugas berbeda, dalam lingkungan yang berubah dan tidak stabil.

Kepemimpinan juga memiliki jenis-jenis peranan. Sebagai komunikator, seorang pemimpin organisasi, manajer, atau administrator harus memilih salah satu berbagai metode dan teknik komunikasi yang disesuaikan dengan situasi pada waktu komunikasi dilancarkan. Sebagai komunikator, seorang manajer harus menyesuaikan penyampaian pesannya kepada

perannya yang sedang dilakukannya. Dalam hubungan ini, Henry Mintzberg seorang profesor manajemen pada McGill University di Montreal-Kanada, menyatakan wewenang formal seorang manajer menyebabkan timbulnya tiga peranan yakni peranan antarpersonal, peranan informasi, dan peranan memutuskan.

Peranan antarpersonal seorang manajer meliputi tiga hal yaitu peranan tokoh, pemimpin, dan penghubung.<sup>96</sup> Adapun peranan tersebut yaitu :

- a. Peranan tokoh. Kedudukan sebagai kepala suatu unit organisasi, membuat seorang manajer melakukan tugas yang bersifat keupacaraan. Dalam peranan ini seorang manajer berkesempatan untuk memberikan penerangan, penjelasan, imbauan, ajakan, dan lain-lain.
- b. Peranan pemimpin. Sebagai pemimpin, seorang manajer bertanggung jawab atas lancar-tidaknya pekerjaan yang dilakukan bawahannya. Beberapa kegiatan bersangkutan langsung dengan kepemimpinannya pada semua tahap manajemen: penentuan kebijaksanaan, perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan, dan penilaian.
- c. Peranan penghubung. Dalam peranan sebagai penghubung, seorang manajer melakukan komunikasi dengan orang-orang di luar jalur, baik secara formal maupun secara tidak formal.

---

<sup>96</sup> [www.organisasi.org](http://www.organisasi.org)., diakses pada tanggal 24 Oktober 2017.

Peranan informasi. Dalam organisasinya, seorang manajer berfungsi sebagai pusat informasi. Ia mengembangkan pusat informasi bagi kepentingan organisasinya. Peranan informasional meliputi peranan-peranan sebagai berikut:

- a. Peranan monitor. Dalam melakukan peranannya sebagai monitor, manajer memandang lingkungan sebagai sumber informasi. Ia mengajukan berbagai pertanyaan kepada rekan-rekannya atau kepada bawahannya, dan ia menerima informasi pula dari mereka tanpa diminta berkat kontak pribadinya yang selalu dibinanya.
- b. Peranan penyebar. Dalam peranannya sebagai penyebar ia menerima dan menghimpun informasi dari luar yang penting artinya dan bermanfaat bagi organisasi, untuk kemudian disebarakan kepada bawahannya.
- c. Peranan juru bicara. Peranan ini memiliki kesamaan dengan peranan penghubung, yakni dalam hal mengkomunikasikan informasi kepada khalayak luar. Perbedaannya ialah dalam hal caranya: jika dalam peranannya sebagai penghubung ia menyampaikan informasi secara antarpribadi dan tidak selalu resmi, namun dalam peranannya sebagai juru bicara tidak selamanya secara kontak pribadi, tetapi selalu resmi. Dalam peranannya sebagai juru bicara itu ia juga harus mengkomunikasikan informasi kepada orang-orang yang berpengaruh yang melakukan pengawasan terhadap organisasinya. Kepada khalayak di luar organisasinya ia memberikan informasi dalam rangka pengembangan organisasinya. Ia meyakinkan khalayak bahwa organisasi yang dipimpinnya telah melakukan

tanggung jawab sosial sebagaimana mestinya. Ia meyakinkan pula para pejabat pemerintah bahwa organisasinya berjalan sesuai dengan peratruran sebagaimana harusnya.

Selanjutnya, peranan terakhir yaitu peranan memutuskan. Seorang manajer memegang peranan yang sangat penting dalam sistem pengambilan keputusan dalam organisasinya.

## *Latihan !*

1. Jelaskan pengertian komunikasi internal dan komunikasi eksternal organisasi!
2. Sebutkan dan jelaskan jenis- jenis komunikasi internal organisasi!
3. Jelaskan beberapa pendekatan atau teori tentang kepemimpinan!
4. Sebutkan dan jelaskan jenis- jenis peranan kepemimpinan!

**Menurut kalian, mana yang lebih baik, gaya kepemimpinan otokratis ataukah demokratis. Berikan alasan !**

# 10 | *Inovasi Organisasi*

---

## **A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah**

Materi kuliah ini membahas tentang definisi serta tujuan inovasi organisasi.

## **B. Pedoman Mempelajari Materi**

Pahami dengan jelas isi materi mengenai pentingnya inovasi organisasi.

## **C. Tujuan Pembelajaran**

1. Mahasiswa dapat mengenal pengertian inovasi organisasi dari para ahli.
2. Mahasiswa dapat mengetahui pentingnya inovasi dalam sebuah organisasi.

## **Materi Kuliah:**

Dalam setiap kegiatan dalam organisasi, orang akan merasa menikmati kegiatan tersebut, jika dalam pelaksanaan kegiatan tidak monoton. Oleh sebab itu dalam organisasi sendiri membutuhkan sebuah terobosan baru. Terobosan baru dalam organisasi tersebut disebut dengan inovasi organisasi.

### **10.1 Definisi Inovasi**

Inovasi merupakan setiap ide ataupun gagasan baru yang belum pernah ada ataupun diterbitkan sebelumnya. Definisi lain mengemukakan bahwa, inovasi itu sendiri adalah suatu ide, barang, kejadian, metode, yang dirasakan atau diamati sebagai suatu hal yang baru bagi seseorang atau sekelompok orang (masyarakat), baik itu berupa hasil invention maupun diskoveri.

Inovasi yang terjadi dalam sebuah organisasi merupakan proses kemajuan organisasi tersebut, namun berbagai hambatan dan rintangan akan terjadi saat inovasi itu mulai memasuki organisasi. Dengan memahami proses inovasi dalam organisasi setidaknya akan dapat mengurangi kegoncangan organisasi dalam melaksanakan difusi inovasi.

### **10.2 Proses Inovasi Organisasi**

Pengambilan keputusan dalam sebuah organisasi memiliki peran yang sangat penting, karena dampak pemilihan keputusan tersebut akan mempengaruhi keberlangsungan organisasi tersebut. Pengambilan keputusan yang tepat akan berpengaruh positif bagi organisasi tersebut, sebaliknya, jika pengambilan keputusan salah, maka justru akan merugikan organisasi itu.

Proses inovasi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh individu atau organisasi, mulai sadar atau tahu adanya inovasi sampai menerapkan (implementasi) inovasi. Kata proses mengandung arti bahwa aktivitas itu dilakukan dengan memakan waktu dan setiap saat tentu terjadi perubahan.

Berapa lama waktu yang dipergunakan selama proses itu berlangsung akan berbeda antara orang satu atau organisasi satu dengan yang lain tergantung kepada kepekaan orang atau organisasi terhadap inovasi. Demikian pula selama proses inovasi itu berlangsung akan selalu terjadi perubahan yang berkesinambungan sampai proses itu dinyatakan berakhir.

### **10.3 Kepekaan Organisasi terhadap Inovasi**

Kepekaan disini berarti berhubungan dengan sejauh mana organisasi itu peka terhadap inovasi (lebih cepat menerima inovasi). Ada beberapa variabel yang mempengaruhi kepekaan organisasi terhadap inovasi, yaitu:<sup>97</sup>

- a. Ukuran suatu organisasi. Makin besar ukuran suatu organisasi makin cepat menerima inovasi.
- b. Karakteristik struktur organisasi, yang mencakup ;
  1. Sentralisasi. Kewenangan dan kekuasaan dalam organisasi dikendalikan oleh beberapa orang tertentu. Hal ini mempunyai hubungan negatif terhadap kepekaan organisasi.
  2. Kompleksitas. Artinya suatu organisasi terdiri dari orang-orang yang memiliki keahlian dan pengetahuan yang tinggi. Hal ini mempunyai hubungan positif terhadap kepekaan organisasi.

---

<sup>97</sup> *Roby Maulana.blogspot.com.*, diakses 8 November 2017.



3. Formalitas. Artinya organisasi ini selalu menekankan pada prosedur dan aturan-aturan baku dalam berorganisasi. Hal ini mempunyai hubungan negatif terhadap kepekaan organisasi.
4. Keakraban hubungan antar anggota. Hal ini juga jelas mempunyai hubungan positif terhadap kepekaan organisasi.
5. Kelenturan organisasi. Artinya sejauh mana organisasi mau menerima sumber dari luar yang tidak ada kaitannya secara formal. Hal ini mempunyai hubungan positif terhadap kepekaan organisasi.
6. Karakteristik perorangan (pemimpin). Ketika seorang pemimpin memiliki sikap yang terbuka terhadap inovasi maka semakin cepat organisasi itu menerima inovasi.
7. Karakteristik eksternal organisasi. Hal ini berkaitan dengan sistem yang di anut oleh organisasi. Apabila organisasi tersebut menganut sistem terbuka dalam arti mau menerima pengaruh dari luar sistem, maka organisasi tersebut akan cepat menerima inovasi.

#### **10.4 Tujuan Inovasi Organisasi**

Alasan mendasar organisasi memerlukan perubahan adalah karena sesuatu yang relevan bagi organisasi telah berubah, atau akan berubah. Oleh sebab itu, organisasi tidak punya pilihan lain kecuali berubah juga. Perubahan ini terjadi karena adanya dorongan untuk berubah, yang berasal dari

dorongan eksternal dan internal.<sup>98</sup> Adapun dorongan tersebut yaitu :

a. Dorongan Eksternal

Dorongan eksternal yang mendorong organisasi untuk mengadakan perubahan berasal dari lingkungan umum organisasi. Adanya aturan baru dalam produksi dan persaingan, politik, hukum baru, keputusan pengadilan, dan sebagainya akan mempengaruhi organisasi. Disamping itu, berbagai dimensi seperti teknologi, ekonomi dan sosiokultural juga mempengaruhi organisasi untuk melakukan perubahan.

b. Dorongan Internal

Pada dasarnya dorongan internal berasal dari dalam organisasi itu sendiri. Adanya revisi strategi organisasi oleh manajemen puncak, akan menghasilkan perubahan organisasi. Dorongan internal lainnya mungkin direfleksikan oleh dorongan eksternal. Misalnya, sikap pekerja terhadap pekerjaannya akan bergeser, seiring bergesernya nilai sosiokultural. Akibatnya mereka menuntut suatu perubahan dalam jam kerja, atau perubahan kondisi kerja.

---

<sup>98</sup> <https://www.google.co.id/yusrizalfirzal.wordpress.com>., diakses 8 November 2017.

## 10.5 Keputusan Inovasi dalam Organisasi

Pengambilan keputusan dalam suatu organisasi sangat penting karena menyangkut masa depan organisasi, apakah keputusan itu membawa keberhasilan ataukah kegagalan dikarenakan kesalahan dalam mengambil keputusan.

Dalam kaitannya dengan inovasi, metode ataupun cara yang dilakukan tidaklah sama dengan langkah-langkah pengambilan keputusan biasa dimana resiko sudah diketahui, maka perbedaannya disini adalah bahwa pengambilan keputusan inovasi itu dimulai dengan adanya serba tak tentu (uncertainty).

Dalam organisasi, hal-hal atau faktor yang merangsang adanya inovasi ialah terjadinya performance gaps (kesenjangan penampilan) yaitu kondisi dimana adanya perbedaan antara apa yang ditampilkan dengan apa yang seharusnya dilakukan ketika keputusan diambil. Dalam hal ini bisa saja berbentuk macam-macam masalah organisasi.

Ada beberapa hal yang menyebabkan dibutuhkanannya inovasi dalam organisasi, yaitu :<sup>99</sup>

- a. Apabila penentuan kriteria keberhasilan suatu program organisasi tidak tepat. Misalnya persyaratan yang terlalu tinggi dan tidak berimbang dengan kinerja dan SDM.
- b. Apabila suatu organisasi ingin meningkatkan kualitasnya. Misal ketika suatu organisasi yang tengah berjalan dengan mantap, tidak ada masalah yang berarti. Namun sangb pemimpin ingin sekali meningkatkan kualitas dengan menambahkan

---

<sup>99</sup> *Robbymaulana.blogspot.com.*, diakses 8 November 2017.

syarat-syarat baru dan semacamnya yang menyebabkan apa yang diharapkan oleh pemimpin tidak sama dengan apa yang dilakukan para anggotanya.

- c. Apabila terjadi perubahan intern organisasi :
  1. Adanya pemimpin atau pejabat baru yang membawa aturan dan harapan baru.
  2. Perubahan teknologi.
- d. Apabila terjadi perubahan di luar organisasi (faktor lingkungan).
  1. Permintaan kebutuhan atau layanan adri masyarakat berubah.
  2. Terjadinya perubahan karena teknologi varu yang digunakan secara luas.
  3. Terjadi perubahan organisasi sebagai dampak dari kerja sama dengan pihak luar.

## **10.6 Tipe-tipe Pengambilan Keputusan Inovasi dalam Organisasi**

Ada dua tipe pengambilan keputusan inovasi yang sering digunakan dalam organisasi, perbedaannya adalah sejauh mana anggota organisasi dapat ikut berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan, kedua tipe itu ialah :<sup>100</sup>

### **a. Keputusan Otoritas**

Keputusan otoritas dibuat oleh seorang atau sekelompok kecil orang-orang yang sering disebut juga sebagai “kelompok dominan” dalam suatu organisasi. Dalam hal ini keputusan untuk menolak atau menerima inovasi dipaksakan kepada anggota

---

<sup>100</sup> Robumaulana.blogspot.com., diakses 8 November 2017.

organisasi oleh para petinggi organisasi. Ada dua macam keputusan otoritas yang sering digunakan dalam organisasi formal yaitu :

**1. Keputusan otoritas dengan partisipasi anggota organisasi (pendekatan partisipatif).**

Rogers dan Soemaker (1971) membuat hipotesa bahwa kecepatan penerimaan inovasi lebih cepat dengan menggunakan pendekatan otoritatif.

**2. Keputusan otoritas tanpa partisipasi anggota organisasi (pendekatan otoritatif).**

Zaltman, Duncan dan Holbek (1973) mengemukakan bahwa perubahan yang disebarkan dengan menggunakan pendekatan otoritatif banyak yang tidak berkelanjutan daripada perubahan yang disebarkan menggunakan pendekatan partisipatif.

Keputusan otoritas biasanya dipandang lebih efisien karena urutan pentahapan proses pengambilan keputusan dapat dilakukan dalam waktu yang lebih singkat.

**b. Keputusan Kolektif**

Rogers dan Soemaker (1971) mendefinisikan keputusan kolektif sebagai suatu cara yang digunakan para anggota sistem sosial untuk menerima atau menolak inovasi dengan kesepakatan bersama dan semua anggota harus menerima keputusan yang telah dibuat bersama tersebut. Keputusan kolektif biasanya digunakan oleh organisasi yang dibentuk secara sukarela, misalnya organisasi kesenian atau olahraga.

Menurut Schein, ada dua hal yang menghambat dilaksanakannya pengambilan keputusan, yaitu :

1. Anggota minoritas sering merasa tidak cukup waktu pada saat mendiskusikan hal yang diputuskan itu, sehingga mereka belum memahami secara mendalam.
2. Kelompok minoritas menganggap bahwa dalam pemungutan suara itu terjadi dua kelompok yang bersaing, saat ini mereka kalah dan mereka akan menunggu kesempatan untuk berjuang mendapatkan kemenangan pada pemungutan suara di waktu yang akan datang.

### **10.7 Elemen Untuk Perubahan Yang Sukses**

Ada beberapa elemen yang dibutuhkan untuk membuat sebuah perubahan. Elemen tersebut adalah ide, kebutuhan, adopsi, implementasi, dan sumber daya.<sup>101</sup> Penjelasan lebih lanjut dapat dilihat berikut ini :

a. Ide (*Idea*)

Ide adalah cara baru dalam melakukan sesuatu. Tidak ada perusahaan tetap kompetitif tanpa ide-ide baru. Dengan ide-ide baru, keberlangsungan perusahaan lebih terjamin karena mampu bertahan dalam persaingan yang makin sengit.

b. Kebutuhan (*Needs*)

Sebuah kebutuhan yang dirasakan perlu diubah ketika manajer melihat jarak antara kinerja aktual dan kinerja yang diharapkan dalam organisasi. Dengan adanya gap tersebut, manajer bisa melihat masalah yang terjadi sehingga bisa segera dianalisa dan diteliti akar permasalahannya.

---

<sup>101</sup> *Arekmekitik.blogspot.co.id.*, diakses 8 November 2017.

c. Adopsi (*Adoption*)

Adopsi terjadi ketika pengambil keputusan memilih untuk terus maju dengan ide yang diusulkan.

d. Implementasi (*Implementation*)

Implementasi terjadi ketika anggota organisasi menggunakan ide baru, teknik, atau perilaku. Dari ide tersebut, kemudian direalisasikan.

e. Sumber Daya (*Resources*)

Sumber daya merupakan energi manusia dan aktivitas yang diperlukan untuk membawa perubahan. Sumber daya merupakan bahan bakar perubahan, karena tanpa sumber daya, perubahan tidak akan bisa dijalankan karena tidak memiliki energi untuk menggerakkan berbagai rencana perubahan yang diharapkan.

## Latihan !

1. Apa yang dimaksud dengan inovasi?
2. Jelaskan mengapa setiap kelompok/organisasi harus berinovasi?
3. Hal apa saja yang mempengaruhi kepekaan organisasi terhadap inovasi?
4. Sebutkan dan jelaskan elemen yang dibutuhkan untuk kesuksesan dalam inovasi?
5. Sebutkan dan jelaskan tipe-tipe pengambilan keputusan inovasi dalam organisasi!



**A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah**

Bab ini membahas tentang pengertian budaya organisasi, asal-usulnya, dan fungsinya serta pengertian, dimensi dan factor-faktor yang mempengaruhi iklim organisasi.

**B. Pedoman Mempelajari Materi**

Pahami dengan jelas isi materi mengenai asal-usul budaya organisasi dan iklim organisasi.

**C. Tujuan Pembelajaran**

1. Mahasiswa dapat memahami budaya organisasi dan iklim organisasi.
2. Mahasiswa dapat menjelaskan asal-usul budaya organisasi dan kondisi iklim organisasi.



## D. Materi Kuliah:

### 11.1 Budaya Organisasi

#### 11.1.1 Pengertian Budaya Organisasi

Begitu interaksi berlangsung melalui jaringan dalam sebuah organisasi, pola perilaku verbal dan nonverbal berkembang dan menjadi hal yang rutin. Sepanjang waktu, keadaan menjadi kenyataan sosial yang penting bagi organisasi. Budaya organisasi adalah keseluruhan dari simbol, peristiwa, tradisi, standardisasi pola perilaku verbal dan nonverbal, cerita rakyat, aturan, dan ritual yang memberi organisasi ciri-ciri atau kepribadian.

Budaya memainkan peranan yang penting dalam dinamika kelompok atau organisasi. Ia memberi anggota kelompok perasaan sebagai pribadi sekaligus identitas kolektif, dan berkontribusi bagi perkembangan keteraturan, struktur, dan keterpaduan dalam operasi keseluruhan sistem.<sup>102</sup>

Ada beberapa pengertian budaya organisasi menurut para ahli yaitu :

1. Lathans (1998): Budaya organisasi menurut Lathans (1998) adalah norma-norma dan nilai-nilai yang mengarahkan perilaku anggota organisasi. Setiap anggota organisasi akan berperilaku sesuai dengan budaya yang berlaku agar diterima oleh lingkungannya.
2. Sarpin (1995): Pengertian budaya organisasi menurut sarpin adalah suatu sistem nilai, kepercayaan dan kebiasaan dalam suatu organisasi yang saling

---

<sup>102</sup>Lea P Stewart & Brent D. Ruben, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, (5th ed). (Jakarta: Grafindo. 2013), h.347.

berinteraksi dengan struktur system formalnya untuk menghasilkan norma-norma perilaku organisasi.

3. Menurut Schein, pengertian budaya organisasi adalah suatu pola dari asumsi-asumsi dasar yang ditemukan, diciptakan atau dikembangkan oleh suatu kelompok tertentu, dengan maksud agar organisasi belajar mengatasi dan menganggulangi masalah-masalah yang timbul akibat adaptasi eksternal dan integrasi internal yang sudah berjalan dengan cukup baik, sehingga perlu diajarkan kepada anggota-anggota baru sebagai cara yang benar untuk memahami, memikirkan dan merasakan berkenaan dengan masalah-masalah tersebut.
4. Mondy dan Noe (1996): Menurutnya budaya organisasi adalah sistem dari *shared values*, keyakinan dan kebiasaan-kebiasaan dalam suatu organisasi yang saling berinteraksi dengan struktur formalnya untuk menciptakan norma-norma perilaku.
5. Hodge, Anthony dan Gales (1996): Budaya organisasi menurut mereka adalah konstruksi dari dua tingkat karakteristik, yaitu karakteristik organisasi yang kelihatan (*observable*) dan yang tidak kelihatan (*unobservable*).<sup>103</sup>

### 11.1.2 Asal Usul Budaya Organisasi

Budaya organisasi bersumber dari pendirinya karena pendiri dari organisasi tersebut memiliki pengaruh besar akan budaya awal organisasi baik dalam hal kebiasaan atau ideologi. Contohnya misi yang dapat ia paksakan pada seluruh

---

<sup>103</sup> [www.landasanteori.com](http://www.landasanteori.com)., diakses 10 November 2017.

anggota organisasi. Dimana hal ini dilakukan dengan pertama merekrut dan mempertahankan anggota yang sepeham. Kedua, melakukan indoktrinasi dan mensosialisasikan cara pikir dan berperilaku kepada karyawan. Lalu yang terakhir adalah pendiri bertindak sebagai model peran yang mendorong anggota untuk mengidentifikasi diri, dan jika organisasi mengalami kemajuan maka organisasi akan mencapai kesuksesan, visi, dan pendiri akan dilihat sebagai faktor penentu utama keberhasilan.<sup>104</sup>

Budaya organisasi juga tumbuh dari kegiatan para anggota. Meskipun budaya organisasi merupakan produk kemonikasi manusia, ia dapat mencapai kualitas yang objektif dan memaksa kepada individu- individu di dalam organisasi.<sup>105</sup>

Budaya dan kelompok serta organisasi, sering memiliki tokoh kepahlawanan yang mewujudkan nilai- nilai kelompok. Orang- orang seperti ini menjadi model peran bagi anggota kelompok untuk diikuti. Para pahlawan biasanya seseorang yang memulaisebuah organisasi yang sangat sukses atau yang dikenang karena pernah mengatasi suatu masa yang sulit dalam kehidupan kelompok atau organisasi.

Simbol adalah salah satu elemen yang penting dari budaya organisasi. Merek dagang, gedung, perabotan kantor, dan seragam adalah contoh simbol yang sering terlihat sebagai fakta budaya organisasi. Kadang- kadang simbol organisasi berkembang secara alami, seperti baju seragam informal di antara karyawan perusahaan. Dalam contoh lain, symbol

---

<sup>104</sup> [www.artikelsiana.com](http://www.artikelsiana.com)., diakses 10 November 2017.

<sup>105</sup>Lea P. Stewart & Brent D. Ruben, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, h. 347.

misalnya adalah merek dagang atau slogan sengaja dikembangkan dan dipromosikan secara aktif.

Ruang adalah simbol penting lainnya bagi organisasi. Dalam banyak organisasi, aturan yang dikembangkan untuk digunakan dalam mengalokasikan ruang karyawan, seperti ukuran, lokasi, dan dekorasi kantor atau tempat kerja karyawan adalah mencerminkan posisinya. Ruang kantor yang lebih besar, lebih rumit perlengkapannya dan hiasannya, menunjukkan level yang lebih tinggi dalam organisasi. Pekerja dengan jabatan lebih rendah, mungkin memiliki ruang kerja lebih kecil, dihias secara sederhana. Orang pada tingkat yang masih rendah mungkin tidak memiliki ruang kerja lebih kecil, dihias secara sederhana, orang pada tingkat yang masih rendah, mungkin tidak memiliki ruang kerja pribadi, atau jikapun terpisah hanyalah dengan menggunakan partisi portabel atau rak- rak buku dan lemari arsip. Adalah masuk akal bagi orang luar, jika karpet di ruangan kantor kosong akan dicabut dan disingkirkan, kecuali jika ruangan itu diisi kembali oleh orang yang punya peringkat jabatan. Tindakan-tindakan ini dianggap perlu untuk melestarikan budaya. Tindakan-tindakan ini juga bervariasi dari satu organisasi ke organisasi lainnya.

Kegiatan- kegiatan seperti piknik tahunan, pesta liburan musiman atau acara renungan manajemen, juga berkontribusi dan mencerminkan budaya organisasi mereka. Acara- acara ini berfungsi sama banyak bagi budaya organisasi sebagaimana peringatan ulang tahun dan reuni berfungsi bagi hubungan individu dan keluarga.

Bahasa yang digunakan dalam pembicaraan dalam sebuah organisasi, juga merupakan refleksi dari sekaligus memengaruhi budaya organisasi. Sebuah organisasi yang

berbicara tentang promosi menggunakan bahasa militer “perangi cara orang lain untuk meraih puncak” cenderung memiliki budaya organisasi yang sangat berbeda dengan organisasi lain yang menggunakan kalimat “anggota keluarga bekerja sama untuk saling membantu mencapai sukses”. Kita dapat membedakan antarperusahaan berdasar budayanya, seumpama dalam nilai- nilai akademik, klub, benteng, tim bisbol, bergantung pada bahasa yang digunakan oleh para pekerjanya.

Cerita rakyat atau kisah- kisah milik organisasi, adalah sisi penting lain dari budaya organisasi. Banyak organisasi memiliki koleksi kisah favorit mengenai pekerja buruk di masa lalu dan sekarang, kisah kegagalan dan prestasi organisasi, serta kisah kejadian penting sepanjang perjalanan hidup organisasi. Secara implisit, ini adalah pernyataan mengenai nilai- nilai, etika, praktik manajemen, dan sisi lain dari kegidupan dalam organisasi. Melalui kisah dan dongeng, budaya organisasi ditransmisikan dari satu generasi pekerja kepada generasi berikutnya.

Ritual adalah rutinitas kehidupan sehari- hari dalam kelompok atau organisasi. Kegiatan ini dapat terdiri dari tindakan yang tidak lebih signifikan dari berjabat tangan dan memperkenalkan diri pada awal latihan, atau dapat pula berupa upacara formal yang rumit seperti ritual inisiasi.

### **11.1.3 Fungsi Budaya Organisasi**

Budaya organisasi memainkan peran sentral dan meresap di dalam segala dinamika organisasi, dan mereka melayani banyak fungsi penting komunikasi bagi mereka yang membuat dan berpartisipasi dalam organisasi. Fungsi- fungsi ini meliputi:

1. Memberikan orang yang ada di dalam organisasi merasa memiliki identitas individual dan identitas kolektif.
2. Berkontribusi untuk pengembangan struktur dan kontrol
3. Membantu anggota berkenalan dengan kebiasaan dan tradisi organisasi
4. Memupuk keterpaduan di antara organisasi.<sup>106</sup>

## 11.2 Iklim Organisasi

### 11.2.1 Pengertian Iklim Organisasi

Iklim adalah aspek lain dari organisasi di mana komunikasi memainkan peran langsung dan amat berkaitan erat dengan budaya. Iklim organisasi adalah atmosfer atau nada suara para anggota tentang pengalaman organisasi selama mereka melakukan rutinitas kesehariannya. Iklim organisasi diciptakan melalui komunikasi. Pada gilirannya, iklim memengaruhi anggota organisasi dan diperkuat melalui proses komunikasi organisasi. Sebagai konsumen, kita dapat mengerti bahwa tidak seluruh organisasi akan terasa sama bagi kita, meskipun produk ataupun layanan mereka dapat saja mirip, contohnya adalah perbedaan apa yang kita rasakan terhadap mal perbelanjaan, rumah sakit, atau sekolah. sering kali, perbedaan di antara perasaan yang kita miliki adalah cerminan dari perbedaan iklim organisasi, di mana ia diciptakan dan dipertahankan melalui komunikasi.<sup>107</sup>

---

<sup>106</sup> Lea P. Stewart & Brent D. Ruben, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, h. 348.

<sup>107</sup>Lea P Stewart & Brent D. Ruben, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, h.349.

Para pakar memberikan definisi iklim organisasi secara beragam. Menurut Newstrom & Davis, iklim organisasi adalah lingkungan manusia yang di dalamnya para pegawai suatu organisasi melakukan pekerjaan mereka. Dari pengertian ini tampak bahwa iklim organisasi menyangkut semua lingkungan yang ada atau yang dihadapi oleh pegawai yang berada dalam suatu organisasi yang mempengaruhi pegawai dalam melaksanakan tugas-tugas keorganisasiannya.<sup>108</sup>

Sedangkan Lunenburg & Ornstein mengemukakan bahwa *Organization climate is the total environmental quality within an organization It refer to the environment within a school department, a school building, or school district. Organizational climate can be expressed by such adjectives as open, bustling, warm, easy going, informal, cold, impersonal, hostile, rigid, and closed.* Jadi, iklim organisasi ialah suatu kualitas lingkungan total dalam suatu organisasi yang ditunjukkan dengan bermacam-macam sifat antara lain: terbuka, sibuk, hangat, santai, informal, dingin, impersonal, bermusuhan, kaku, dan tertutup.

Tagiuri dan Litwin mendefinisikan iklim organisasi sebagai "*...a relatively enduring quality of the internal environment of an organization that is experienced by its members, influences their behavior, and can be described in terms of the values of a particular set of characteristics (or attributes) of the organization.*" Menurut Tagiuri dan Litwin, iklim organisasi merupakan kualitas lingkungan internal organisasi yang secara relatif terus berlangsung, dialami oleh anggota organisasi; memengaruhi

---

<sup>108</sup>Keith Davis and Newstrom. *Organizational Behavior at Work*, (New York: Mc.GrawHill Dictionary), h.153.

perilaku mereka dan dapat dilukiskan dalam pengertian satu set karakteristik atau sifat organisasi.<sup>109</sup>

Bagi Litwin dan Stringer dalam Wirawan , iklim organisasi merupakan "*...a concept describing the subjective nature or quality of the organizational environment. Its Properties can be perceived or experienced by members of the organization and reported by them in an appropriate questionnaire.*" Iklim organisasi merupakan suatu konsep yang melukiskan sifat subjektif atau kualitas lingkungan organisasi. Unsur-unsurnya dapat dipersepsikan dan dipahami oleh anggota organisasi dan dilaporkan melalui kuesioner yang tepat.

Sedangkan menurut Owen , iklim organisasi adalah "*...study of perceptions that individuals have of various aspects of the environment in the organization*" (studi persepsi individu mengenai berbagai aspek lingkungan organisasinya).

Menyimak pengertian atau definisi di atas ternyata belum cukup untuk mengetahui secara komprehensif tentang iklim organisasi, sehingga perlu pula dipahami masalah lingkungan organisasi, karena lingkungan organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi kondisi iklim organisasi. Di samping itu, sebagai suatu sistem, organisasi akan berinteraksi dengan lingkungannya

Dalam istilah umum, kita dapat berbicara mengenai iklim secara positif atau negatif. Iklim positif, iklim yang mendukung seperti yang telah diuraikan memiliki karakteristik sebagai berikut:<sup>110</sup>

---

<sup>109</sup> Wirawan. *Budaya dan iklim organisasi*. (Jakarta:Salemba empat. 2008).h. 54.

<sup>110</sup>Lea P Stewart & Brent D. Ruben, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, h.351.



1. Komunikasi yang mendukung antara *supervisor-supervisee*
2. Dirasakannya kualitas dan ketepatan komunikasi arus ke bawah.
3. Dirasakannya keterbukaan hubungan atasan-bawahan.
4. Peluang dan derajat pengaruh dari komunikasi arus ke atas.
5. Dirasakannya keandalan informasi dari bawahan dan rekan kerja.

Penelitian menunjukkan bahwa iklim suportif berkembang, disana kepuasan kerja tinggi begitu produktivitas juga meningkat. Umumnya, iklim positif dan tingkat kepuasan tinggi akan tercermin dalam cara menangani konsumen dan klien yang positif seperti halnya ketika menangani kolega.

Iklim organisasi, baik positif maupun negatif, menguat dengan sendirinya. Masing-masing anggota cenderung tertarik dan memilih untuk berpartisipasi ke dalam organisasi dimana para anggota berbagi nilai, kebutuhan, sikap, dan harapan. Individu dengan orientasi yang berbeda, kecil kemungkinan untuk bertahan atau dipertahankan, jika sejak awal mereka tidak menggabungkan sendiri.

### **11.2.2 Dimensi Iklim Organisasi**

Toulson dan Smith menerangkan dalam jurnalnya bahwa konsep iklim organisasi pertama kali dikemukakan oleh Litwin dan Stringer pada tahun 1968. Iklim organisasi oleh Litwin dan Stringer, dijabarkan atau diukur melalui lima dimensi, yaitu:

- a. *Responsibility* (tanggung jawab)
- b. *Identity* (identitas)
- c. *Warmth* (kehangatan)
- d. *Support* (dukungan)
- e. *Conflict* (konflik)<sup>111</sup>

Pengertian dari masing-masing dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

**a. Tanggungjawab**

Tanggung jawab (*responsibility*) adalah perasaan menjadi pimpinan bagi diri sendiri, tidak selalu harus mengecek ulang semua keputusan yang diambil, ketika karyawan mendapat suatu pekerjaan, karyawan yang bersangkutan mengetahui bahwa itu adalah pekerjaannya.

Tanggung jawab adalah kewajiban seseorang untuk melaksanakan fungsi yang ditugaskan dengan sebaik-baiknya sesuai dengan pengarahan yang diterima (Flippo, 1996:103) atau tingkatan sejauh mana anggota organisasi bertanggung jawab terhadap pekerjaan yang dibebankan.

**b. Identitas**

Identitas (*identity*) adalah perasaan memiliki (*sense of belonging*) terhadap perusahaan dan diterima dalam kelompok.

**c. Kehangatan**

Kehangatan (*warmth*) adalah perasaan terhadap suasana kerja yang bersahabat dan lebih ditekankan pada kondisi keramahan atau persahabatan dalam

---

<sup>111</sup> Wirawan. *Budaya dan Iklim Organisasi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 58.

kelompok yang informal, serta hubungan yang baik antar rekan kerja, penekanan pada pengaruh persahabatan dan kelompok sosial yang informal.

**d. Dukungan**

Dukungan (support) adalah hal-hal yang terkait dengan dukungan dan hubungan antar sesama rekan kerja yaitu perasaan saling menolong antara manajer dan karyawan, lebih ditekankan pada dukungan yang saling membutuhkan antara atasan dan bawahan.

**e. Konflik**

Konflik (conflict) merupakan situasi terjadi pertentangan atau perbedaan pendapat antara bawahan dengan pimpinan dan bawahan dengan bawahan. Ditekankan pada kondisi dimana manajer dan para pekerja mau mendengarkan pendapat yang berbeda. Kedua belah pihak bersedia menempatkan masalah secara terbuka dan mencari solusinya daripada menghindarinya.<sup>112</sup>

### 11.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Iklim Organisasi

Menurut Higgins ada empat prinsip faktor-faktor yang mempengaruhi iklim, yaitu :<sup>113</sup>

**a. Manajer/pimpinan**

Pada dasarnya setiap tindakan yang diambil oleh pimpinan atau manajer mempengaruhi iklim dalam beberapa hal, seperti aturan-aturan, kebijakan-kebijakan, dan prosedur-prosedur organisasi terutama masalah-masalah yang berhubungan dengan masalah

---

<sup>112</sup> [www.landasanteori.com](http://www.landasanteori.com)., diakses pada tanggal 10 November 2017.

<sup>113</sup> [Jurnal-sdm.blogspot.com](http://Jurnal-sdm.blogspot.com)., diakses pada tanggal 10 November

personalia, distribusi imbalan, gaya komunikasi, cara-cara yang digunakan untuk memotivasi, teknik-teknik dan tindakan pendisiplinan, interaksi antara manajemen dan kelompok, interaksi antar kelompok, perhatian pada permasalahan yang dimiliki karyawan dari waktu ke waktu, serta kebutuhan akan kepuasan dan kesejahteraan karyawan.

b. Tingkah laku karyawan

Tingkah laku karyawan mempengaruhi iklim melalui kepribadian mereka, terutama kebutuhan mereka dan tindakan-tindakan yang mereka lakukan untuk memuaskan kebutuhan tersebut. Komunikasi karyawan memainkan bagian penting dalam membentuk iklim. Cara seseorang berkomunikasi menentukan tingkat sukses atau gagalnya hubungan antar manusia.

Berdasarkan gaya normal seseorang dalam hidup atau mengatur sesuatu, dapat menambahnya menjadi iklim yang positif atau dapat juga mengurangnya menjadi negatif.

c. Tingkah laku kelompok kerja

Terdapat kebutuhan tertentu pada kebanyakan orang dalam hal hubungan persahabatan, suatu kebutuhan yang seringkali dipuaskan oleh kelompok dalam organisasi. Kelompok-kelompok berkembang dalam organisasi dengan dua cara, yaitu secara formal, utamanya pada kelompok kerja; dan informal, sebagai kelompok persahabatan atau kesamaan minat.

d. Faktor eksternal organisasi

Sejumlah faktor eksternal organisasi mempengaruhi iklim pada organisasi tersebut. Keadaan ekonomi adalah faktor utama yang mempengaruhi iklim.

Contohnya dalam perekonomian dengan inflasi yang tinggi, organisasi berada dalam tekanan untuk memberikan peningkatan keuntungan sekurang-kurangnya sama dengan tingkat inflasi. Seandainya pemerintah telah menetapkan aturan tentang pemberian upah dan harga yang dapat membatasi peningkatan keuntungan, karyawan mungkin menjadi tidak senang dan bisa keluar untuk mendapatkan pekerjaan pada perusahaan lain. Di lain pihak, ledakan ekonomi dapat mendorong penjualan dan memungkinkan setiap orang mendapatkan pekerjaan dan peningkatan keuntungan yang besar, sehingga hasilnya iklim menjadi lebih positif.

## *Latihan !*

1. Jelaskan definisi budaya organisasi menurut para ahli
2. Kemukakan asal- usul terciptanya budaya organisasi.
3. Apakah fungsi budaya organisasi?
4. Apa yang dimaksud iklim organisasi?
5. Faktor- faktor apa saja yang mempengaruhi iklim organisasi!

# 12

## *Resolusi Konflik & Proses Pengambilan Keputusan*

---

### **A. Gambaran Singkat Mengenai Materi Kuliah**

Bab ini membahas tentang resolusi konflik dan proses pengambilan keputusan dalam sebuah kelompok atau organisasi..

### **B. Pedoman Mempelajari Materi**

Pahami dengan jelas isi materi mengenai resolusi konflik dan proses pengambilan keputusan dalam kelompok/organisasi.

### **C. Tujuan Pembelajaran**

1. Mahasiswa dapat mengenal resolusi konflik dan proses pengambilan keputusan.
2. Mahasiswa dapat menjelaskan tahap- tahap pengambilan keputusan.

## Materi Kuliah:

### 12.1 Resolusi Konflik

Konflik adalah, ketidak sesuaian antara harapan dan kenyataan. Pada berbagai tahapan didalam perkembangan kelompok, konflik tidak bisa dihindari. Konflik tersebut bisa berkaitan dengan ketidak setujuan terhadap tujuan kelompok, peran atau tanggung jawab anggota, pengambilan keputusan, alokasi sumber daya, dinamika kelompok, hubungan antara individu tertentu, atau faktor- faktor lainnya.

Ada beberapa Pengertian resolusi konflik menurut para ahli. Diantaranya, *schenkel* yang menyatakan bahwa, resolusi konflik adalah, suatu proses yang memungkinkan seseorang untuk memecahkan konflik dalam sebuah metode, gaya, cara, dan sikap yang baik serta konstruktif.<sup>114</sup>

Sementara itu, *Mindes* memberikan pengertian resolusi konflik sebagai suatu kemampuan untuk menyelesaikan suatu perbedaan yang memerlukan keterampilan dalam bernegosiasi, berkompromi dan berkeadilan.

Konflik tidak secara inheren sebagai masalah. Pada kenyataannya, ketika mengalami konflik sebagai suatu yang tidak menyenangkan, kita tahu bahwa tanpa konflik, kualitas, kebhinekaan, pertumbuhan, dan keunggulan boleh jadi menurun bagi individu, hubungan atau kelompok. Karena itu, tidak perlu ada tujuan untuk memusnahkan konflik. Melainkan, tujuannya mengerti konflik lebih baik dalam segala situasi, agar bisa mengidentifikasi asal muasal konflik, agar dapat menentukan potensinya untuk membentuk kontribusi yang positif dan agar mampu memecahkan atau mengelolanya secara produktif.

---

<sup>114</sup> [www.gurupendidikan.co.id](http://www.gurupendidikan.co.id)., diakses pada tanggal 10 November 2017.

Dalam setiap konflik selalu dicari jalan penyelesaian. Konflik terkadang dapat saja diselesaikan oleh kedua belah pihak yang bertikai secara langsung. Namun tak jarang pula harus melibatkan pihak ketiga untuk menengahi dan mencari jalan keluar baik oleh negara atau sebagai Organisasi Regional bahkan Organisasi Internasional.

Sejumlah pendekatan telah berkembang untuk menganalisis dan memecahkan konflik di dalam kelompok. Satu pendekatan yang menarik untuk mengklasifikasi konflik berdasarkan dua dimensi, yakni :

1. Ketegasan. Perilaku ditujukan untuk memenuhi kepentingan diri sendiri
2. Kesiediaan bekerja sama. Perilaku dimaksudkan untuk memenuhi keprihatinan orang lain.<sup>115</sup>

Bila dikombinasikan, dua dimensi ini menghasilkan lima gaya yang berbeda dari konflik.yaitu:

1. Gaya kompetitif. Tinggi dalam ketegasan, rendah dalam kerja sama. Contoh: pesaing tangguh yang menginginkan untuk mengalahkan orang lain, sebuah orientasi “berkelahi”.
2. Gaya akomodatif. Rendah dalam ketegasan, tinggi dalam kerja sama. Contoh: pengikut yang santai, tidak menuntut, dan mendukung.
3. Gaya menghindar. Rendah dalam ketegasan, rendah dalam kerja sama. Contoh: orang *low-profil*, acuh tak acuh, terisolasi dari kelompok, sebuah “orientasi berlari”.

---

<sup>115</sup>Lea P. Stewart & Brent D. Ruben, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, (5th ed), (Jakarta: Grafindo. 2013), h. 316.



4. Gaya kolaboratif. Tinggi dalam ketegasan, rendah dalam kerja sama. Contoh: aktif, integratif pemecahan masalah.
5. Gaya kompromis. Moderat dalam ketegasan, moderat dalam kerja sama. Contoh: pendekatan yang bersifat “memenuhi setengah keinginanmu” atau “menyerahkan satu hal dan mempertahankan hal lain”.

Dalam menyelesaikan konflik, dibutuhkan kemampuan-kemampuan tertentu, seperti kemampuan orientasi, kemampuan persepsi, kemampuan emosi, kemampuan komunikasi, serta kemampuan berpikir kreatif dan kritis.

Untuk mencapai resolusi konflik, pertama sekali seseorang harus memiliki kemampuan peninjauan dan pemahaman terhadap konflik yang sedang terjadi, serta didukung pula oleh sikap-sikap positif seperti adil, jujur, toleransi, anti kekerasan, dan lain sebagainya. Selain itu, juga dibutuhkan kemampuan memandang konflik dari berbagai sisi sehingga kita memiliki pemahaman yang lebih luas mengenai konflik yang terjadi serta tidak mudah atau cepat menyalahkan salah satu pihak.

Konflik biasanya melibatkan amarah tingkat tinggi sehingga untuk mendapatkan resolusi konflik, diperlukan kemampuan pengendalian emosi yang baik. Selain itu, juga dibutuhkan kemampuan komunikasi yang baik, seperti kemampuan mendengarkan orang lain, memahaminya, serta menyampaikan pemikiran atau pendapat sekomunikatif mungkin sehingga maksudnya tersampaikan dengan baik.

Kemampuan lain yang diperlukan adalah kemampuan berpikir kritis dan kreatif. Dengan berpikir kritis, kita dapat menganalisa masalah dengan lebih logis sehingga dapat

memahami masalah dengan lebih baik. Sementara dengan kemampuan berpikir kreatif, kita dapat menemukan berbagai alternatif resolusi konflik terbaik bagi semua pihak.

## 12.2 Pengambilan Keputusan

Satu diantara kegiatan utama dari hampir seluruh kelompok atau organisasi yang berorientasi tugas adalah pembuatan keputusan. Jenis keputusan yang harus diambil merentang mulai dari soal pertanyaan sederhana semisal siapa harus mengoordinasi pertemuan, hingga kepada tingkat keputusan yang lebih kompleks dan melibatkan lebih banyak pertanyaan sekitar kebijaksanaan dan kegiatan.

Pada kelompok informal kecil, aturan yang memandu pengambilan keputusan, muncul secara alami saat para anggota mulai meluangkan waktu bersama satu sama lain. Pada kelompok yang lebih besar dan lebih terstruktur, pengambilan keputusan kelompok umumnya dilakukan melalui undangan pertemuan dan diberi nama sebagai rapat. Sepanjang rapat, perilaku individu mengikuti sejumlah aturan yang terdefinisi jelas secara masuk akal. Beberapa diantaranya muncul spontan, dan yang lainnya berakar pada tradisi kelompok yang diformalkan secara hukum, atau melalui prosedur perwakilan.

Ada sejumlah metode yang dengannya kelompok atau organisasi dapat membuat keputusan. Diantaranya, konsensus, kompromi, suara mayoritas, keputusan oleh pemimpin, dan arbitrase.<sup>116</sup> Adapun metode tersebut yaitu :

---

<sup>116</sup>Lea P. Stewart & Brent D. Ruben, *Komunikasi dan Perilaku Manusia* (5th ed.), (Jakarta: Grafindo, 2013), h. 306.

**a. Konsensus**

Konsensus atau mufakat mengacu pada proses yang mengharuskan kelompok sampai pada suatu keputusan bersama yang benar-benar disetujui oleh semua anggota. Sebagai contoh, melalui diskusi, menjadi jelas bahwa setiap anggota klub menyukai gagasan untuk melakukan program pelayanan orang lanjut usia, dan akhirnya kelompok mufakat untuk menangani program ini.

Peraturan berikut telah dikembangkan untuk membantu kelompok atau organisasi mencapai kata mufakat.

1. Anggota harus menghindari berdebat untuk proposal yang mereka jagokan.
2. Kelompok harus menghindari pernyataan “ kami melawan mereka” seperti juga harus dihindari istilah “menang” dan “kalah” dalam penyelesaian sengketa.
3. Anggota tidak harus ikut mayoritas kelompok kalau hanya untuk menghindari konflik.
4. Kelompok seharusnya tidak menggunakan banyak aturan untuk pengambilan keputusan agar mereka bisa menghindari konflik seperti aturan “ mayoritas yang menang”.
5. Kelompok harus melihat perbedaan pendapat diantara anggota sebagai sesuatu yang alamiah dan bermanfaat.
6. Anggota harus punya pertimbangan awal, bahwa kesepakatan yang diperoleh terlalu cepat harus diragukan dan dianggap prematur.

## **b. Kompromi**

Kompromi adalah proses negosiasi atau perundingan dan upaya saling memberi dan menerima untuk sampai pada posisi yang mempertimbangkan, namun tidak harus sepenuhnya konsisten dengan pilihan setiap anggota kelompok. Sebagai contoh, beberapa anggota klub menginginkan untuk mengerjakan program layanan untuk lansia, sementara lainnya menyukai program untuk tunawisma. Melalui diskusi, kelompok memutuskan untuk menangani program untuk lansia yang tunawisma.

## **c. Suara Mayoritas**

Suara mayoritas adalah metode untuk sampai pada keputusan kelompok secara matematis. Keputusan dibuat bila didukung oleh mayoritas anggota. Dalam kelompok sangat formal, mungkin ada definisi khusus untuk mayoritas (misalnya 50 persen ditambah 1 atau dua pertiga). Misalnya empat anggota ingin melakukan program untuk lansia, enam ingin melakukan sesuatu untuk tunawisma. Keputusan adalah enam banding empat, yang artinya adalah mendukung proyek tunawisma.

## **d. Keputusan oleh Pemimpin**

Pengambilan keputusan oleh pemimpin melibatkan penetapan resolusi oleh pemimpin kelompok atau organisasi. Dalam hal ini, keputusan melalui proklamasi. sebagai contoh, kelompok tidak mungkin mengadakan pertemuan karena cuaca sedang buruk, kemudian keputusan dibuat oleh presiden klub,

bahwa tahun ini kelompok akan melakukan sebuah program pelayanan untuk lansia.

**e. Arbitrase**

Persetujuan melalui proses perundingan resmi antara para pihak yang tidak mampu mencapai keputusan, dengan melibatkan pihak lain yang disebut arbitrase. Sebagai contoh, dua sub-kelompok ada di dalam satu klub. Salah satunya bertekad untuk tunawisma. Masing-masing anggota sub-kelompok memiliki keyakinan pribadi sangat kuat tentang masalah ini. Diskusi dan pemungutan suara berimbang 5:5, dan tidak satupun pihak yang sedia untuk mengubah posisinya. Sebuah keputusan yang dipaksakan akan berisiko mengasingkan anggota secara permanen. Kemudian, kepala badan koordinasi organisasi masyarakat setempat, pihak ketiga selaku penengah, diundang ke pertemuan berikutnya untuk membantu kelompok mencapai keputusan.

Lebih sering digunakan ketimbang tidak, penggunaan arbitrase atau pihak ketiga untuk konflik antar-kelompok, daripada intra-kelompok, misalnya dalam kebuntuan antara buruh dan manajemen dalam soal kontrak kerja. Untuk arbitrase, boleh jadi setiap kelompok yang bertikai memiliki aturan yang sangat khusus.

# Latihan !

1. Apa yang dimaksud dengan konflik?
2. Kemukakan definisi resolusi konflik!
3. Langkah- langkah apa yang dapat ditempuh untuk menyelesaikan konflik dalam sebuah organisasi?
4. Kemukakan metode- metode yang dapat digunakan organisasi dalam proses pengambilan keputusan!

**Kemukakan alasan anda, mengapa konflik terkadang dibutuhkan dalam sebuah kelompok atau organisasi!**



## DAFTAR PUSTAKA

- American College Dictionary dalam Iswandi Saputra, *Ilmu Komunikasi: Tradisi, Perspektif dan Teori*. Cet. I; Yogyakarta: Calpulis, 2016.
- Anggoro, Linggar. *Teori dan Profesi Kebumasan*. Jakarta:PT.Bumi Aksara, 2005.
- Arekmekitik.blogspot.co.id., diakses 8 November 2017.
- Asmani, Jamal Ma'mur. *Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Cet. I; Yogyakarta: Diva Press, 2011.
- Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama Republik Indonesia, *Komunikasi dan Informasi: Tafsir Al-Qur'an Tematik*. Cet. I; Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2011.
- Budyatna, Muhammad. *Teori Komunikasi Antarpribadi : Sebuah Pengantar*. Cet. IV; Jakarta: Prenadamedia, 2015.
- \_\_\_\_\_. *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antarpribadi*. Cet. I; Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cet. XVII; Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Davis, Keith and Newstrom. *Organizational Behavior at Work*. New York: Mc.GrawHill Dictionary.
- Devito, Joseph A. *Human Communication* diterjemahkan oleh Mulana, Agus. *Komunikasi Antarmanusia*. Jakarta: Professional Books, 1997.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung. 2005.
- Fiske, John. *Introduction to Communication Studies* diterjemahkan oleh Hapsari Dwiningtyas, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cet. IV; Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Handoko dalam Ngalimun. *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantaar Praktis*. Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2017.



- <https://pakarkomunikasi.com>., diakses pada tanggal 20 Oktober 2017.
- <https://www.google.co.id/yusrizalfirzal.wordpress.com>., diakses 8 November 2017.
- [jurnal-sdm.blogspot.com](http://jurnal-sdm.blogspot.com)., diakses pada tanggal 10 November 2017.
- Kurniawati, Rd. Nia Kania. *Komunikasi Antarpribadi: Konsep dan Teori*. Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Littlejohn, Stephen and Karen A. Foss. *Theories of Human Communication*. Nine Edition. Belmont, CA : Thomson Wadsworth, 2008.
- Littlejohn, Stephen W. dan Karen A. Foss. *Theories of Human Communication* diterjemahkan oleh Mohammad Yusuf Hamdan dengan judul *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika, 2014.
- Loina, PeranginAngin. *Hubungan Masyarakat, Membina Hubungan yang Baik dengan Publik*. Bandung: CV.Lalolo, 2001.
- Miller dalam Iswandi Saputra. *Ilmu Komunikasi: Tradisi, Perspektif dan Teori*. Cet. I; Yogyakarta: Calpulis, 2016.
- Mufid, Muhammad. *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2002.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Ngalimun. *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Praktis*. Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2017.
- Nugroho, Bambang Tri R. *Alat Komunikasi*. Klaten: Sahabat, 2008.
- Nurudin. *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*. Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Robymaulana.blogspot.com., diakses 8 November 2017.
- Ruben, Brent D. dan Stewart, Lea P. *Communication and Human Behavior* diterjemahkan oleh Ibnu Hamad dengan Judul

- Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Cet. I; Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Sihabuddin, Ahmad dan Winangsih, Rahmi. *Komunikasi Antar Manusia*. Serang: Pustaka Getok Tular, 2008.
- Syahputra, Iswandi. *Ilmu Komunikasi: Tradisi, Perspektif dan Teori*. Cet. I; Yogyakarta: Calpulis, 2016.
- Wibowo, Wahyu. *Konsep Tindak Tutar Komunikasi*. Cet. I; Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- Wirawan. *Budaya dan Iklim Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- [www.artikelsiana.com](http://www.artikelsiana.com)., diakses pada tanggal 10 November 2017.
- [www.dosenpendidikan.com](http://www.dosenpendidikan.com)., diakses pada tanggal 20 Oktober 2017.
- [www.gurupendidikan.co.id](http://www.gurupendidikan.co.id)., diakses pada tanggal 10 November 2017.
- [www.landasanteori.com](http://www.landasanteori.com)., diakses pada tanggal 10 November 2017.
- [www.organisasi.org](http://www.organisasi.org)., diakses pada tanggal 24 Oktober 2017.
- [www.pakarKomunikasi.com](http://www.pakarKomunikasi.com)., diakses 24 Oktober 2017.
- [www.pakarKomunikasi.com](http://www.pakarKomunikasi.com)., diakses pada tanggal 24 Oktober 2017
- Yusup, Pawit M. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Bandung: Bumi Aksara, 2009.



## BIOGRAFI PENULIS



**Samsinar** lahir di Watampone, Kabupaten Bone pada tanggal 20 Juli 1977. Pendidikan formal diselesaikan di daerah kelahiran antara lain Sekolah Dasar Negeri 7 Watampone pada tahun 1989, Madrasah Tsanawiyah Negeri Watampone pada tahun 1992 dan Madrasah Aliyah Negeri 2 Watampone dan Madrasah Aliyah Negeri 2 Watampone pada tahun 1995. Madrasah Aliyah Negeri 2 Watampone pada tahun Melanjutkan perkuliahan di IAIN Alauddin Makassar Fakultas Tarbiyah Jurusan Pendidikan Agama Islam dan selesai pada tahun 2000 dan pada almamater yang sama melanjutkan studi S2 Konsentrasi Sejarah Islam dan Komunikasi Islam pada tahun 2001 dan alhamdulillah selesai pada tahun 2003.

Setelah menyelesaikan studi S2 pada tahun 2003 penulis menjadi Dosen Luar Biasa pada Jurusan Tarbiyah STAIN Watampone dan pada tahun itu juga penulis diangkat menjadi Dosen Tetap pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Watampone. Selama bertugas di STAIN Watampone, pada tahun 2013-sekarang diamanahkan sebagai Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Pada Jurusan Ushuluddin dan Dakwah STAIN Watampone. Tahun 2014, penulis menyelesaikan program S3 di UIN

Alauddin Makassar, Program Studi Dirasah Islamiyah, Konsentrasi Pendidikan dan Keguruan.

Selain aktif di dunia pendidikan, juga aktif di organisasi Muhammadiyah yaitu Pengurus Aisyiyah Kabupaten Bone Pada Majelis Tabligh sampai sekarang. Sebagai akademisi, penulis membuat beberapa karya ilmiah diantaranya Integralisasi Perspektif Gender dalam Pendidikan Pesantren (Studi tentang Prospek dan Problem Pendidikan Pesantren As'adiyah dalam Merespon Diskursus Gender) (Penelitian Kolektif DIPA STAIN Watampone Tahun 2006), Pengelolaan Kegiatan Pembelajaran Berbasis Teknologi Pembelajaran (Jurnal Kependidikan Didaktika Jurusan Tarbiyah STAIN Watampone Tahun 2008), Gender dan Strategi Pengarusutamaannya Perspektif Keindonesiaan (Review Book dalam Jurnal An-Nisa PSW STAIN Watampone Tahun 2009), Konsep al-Ghazali tentang Pendidikan Islam (Jurnal Kependidikan Didaktika Jurusan Tarbiyah STAIN Watampone Tahun 2010), Pengembangan Potensi Keberagaman Anak (Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman dan Kemasyarakatan al-Afkar LP3K Kab. Bone Tahun 2011), Pembelajaran Perspektif Gender (Internalisasi Nilai-Nilai Gender dalam Pembelajaran) (Jurnal An-Nisa PSW STAIN Watampone Tahun 2011), Optimalisasi *Multiple Intellegernce* Pada anak Usia Dini (Studi Psikologis di RA Rabbani Watampone tahun 2012), Pengorganisasian dalam Pembelajaran (Jurnal Kependidikan Didaktika Jurusan Tarbiyah STAIN Watampone Tahun 2013), Penerapan Multimedia dalam Pembelajaran Bahasa (Studi

Analisis Psikologis Pada Bimbingan Belajar JILC Watampone) (Penelitian Kolektif P3M STAIN Watampone Tahun 2013), Analisis Paedagogis Model *ASSURE* dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam (Penelitian BKD STAIN Watampone Tahun 2013), Korelasi Strategi *Multiple Intellegences* dengan Kualitas Pembelajaran PAI pada SMPN di Watampone (Disertasi Tahun 2014), Mendesain Pembelajaran dengan Model *ASSURE* (Jurnal Didaktika Vol. 1 Tahun 2014), Urgensi Manajemen *Display Class* dalam meningkatkan Motivasi Belajar Peserta Didik (Jurnal Didaktika Vol. 2 Tahun 2014), Efektivitas Dakwah Islam melalui Media Televisi (Jurnal ad-Din DKU Tahun 2015), Penerapan Pendidikan Berbasis Keberbakatan (Analisis Psikologis Pengembangan Bakat Siswa di SDN 10 Unggulan Manurunge Watampone) (Prosedding Internasional, ICCOSS 2016), Efektivitas *Scientific Approach* (Pendekatan Saintifik) terhadap Peningkatan Aktivitas Belajar Peserta Didik Pada Madrasah Ibtidaiyah di Watampone (Penelitian Kolektif DIPA STAIN Watampone, 2017).



## BIOGRAFI PENULIS



A.Nur Aisyah Rusnali, S.Sos, M.I.Kom, lahir di Bone tanggal 11 Oktober tahun 1988. Menyelesaikan Sarjana tahun 2010 di Universitas Hasanuddin, Jurusan Ilmu Komunikasi, dan Magister di Program Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin dengan jurusan yang sama tahun 2015. Tahun 2013, aktif sebagai pengurus organisasi Gerakan Pemuda ESQ 165 Makassar. Dan saat ini aktif sebagai pengajar di Jurusan Dakwah Komunikasi dan Ushuluddin, Pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam STAIN Watampone.

Dilahirkan dan dibesarkan oleh orang tua yang berprofesi sebagai Guru, menjadikan penulis selalu tertarik pada dunia pendidikan. Prinsip Hidup penulis, kebaikan dan keburukan tidak akan pernah berjalan beriringan, jika ingin memperoleh kebaikan, maka lakukan yang baik pula. Mari terus berkarya tanpa harus merendahkan apa lagi menjatuhkan orang lain. Karena untuk sampai di puncak, anak tangga itu tidak cuma satu, tapi banyak.





# KOMUNIKASI ANTARMANUSIA

Edisi I



**K**omunikasi merupakan sebuah kebutuhan dan menjadi sarana yang penting dalam mengetahui diri, dan mengetahui orang lain. Siapa diri kita dan bagaimana cara kita berinteraksi dengan orang lain akan ditemukan melalui komunikasi. Dengan kita berkomunikasi, maka kita akan memahami diri dan orang lain sehingga kita dapat mengembangkan konsep diri dalam bermasyarakat dan mengembangkan konsep bersama di lingkungan sosial.

Buku ini hadir untuk memberi kontribusi penting yang dapat melahirkan inspirasi-inspirasi dan kesadaran baru dalam rangka pengembangan keilmuan dan pengembangan keahlian dalam bidang komunikasi bagi para civitas akademika terutama bagi dosen dan mahasiswa komunikasi. Buku ini juga dapat menjadi rujukan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk memandu mereka memperoleh gambaran konkret tentang bagaimana berkomunikasi secara interpersonal, kelompok atau organisasi.

**GIALLOROSSI** Publisher

