

PEMAHAMAN KOMUNIKASI: Mengartikan Pesan Dengan Tepat



PENULIS :

**Riskha Dora Candra Dewi
Ismaya**

Damayanti Masduki

Yogi Muhammad Yusuf

Charisma Asri Fitrananda

Syahdan

Bulkis

M. Fikri Akbar

Moh. Syahriar Sugandi

Sri Hartati



PEMAHAMAN KOMUNIKASI: Mengartikan Pesan Dengan Tepat

**Riskha Dora Candra Dewi
Ismaya
Damayanti Masduki
Yogi Muhammad Yusuf
Charisma Asri Fitrananda
Syahdan
Bulkis
M. Fikri Akbar
Moh. Syahriar Sugandi
Sri Hartati**



GET PRESS INDONESIA

PEMAHAMAN KOMUNIKASI: Mengartikan Pesan Dengan Tepat

Penulis :

Riskha Dora Candra Dewi
Ismaya
Damayanti Masduki
Yogi Muhammad Yusuf
Charisma Asri Fitrananda
Syahdan
Bulkis
M. Fikri Akbar
Moh. Syahriar Sugandi
Sri Hartati

ISBN : 978-623-125-282-1

Editor :

Penyunting :

Desain Sampul dan Tata Letak : Atyka Trianisa, S.Pd

Penerbit : GET PRESS INDONESIA
Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022

Redaksi :

Jln. Palarik Air Pacah No 26 Kel. Air Pacah
Kec. Koto Tangah Kota Padang Sumatera Barat
Website : www.getpress.co.id
Email : adm.getpress@gmail.com

Cetakan pertama, Juli 2024

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT dalam segala kesempatan. Sholawat beriring salam dan doa kita sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah atas Rahmat dan Karunia-Nya penulis telah menyelesaikan Buku Pemahaman Komunikasi: Mengartikan Pesan Dengan Tepat ini.

Buku Ini Membahas Proses Dua Arah, Pesan, Saluran Komunikasi, Konteks, Hambatan Komunikasi, Tujuan Komunikasi, Gaya Komunikasi, Komunikasi Efektif, Komunikasi Sebagai Kompetensi, Teknologi Dalam Komunikasi.

Proses penulisan buku ini berhasil diselesaikan atas kerjasama tim penulis. Demi kualitas yang lebih baik dan kepuasan para pembaca, saran dan masukan yang membangun dari pembaca sangat kami harapkan.

Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dalam penyelesaian buku ini. Terutama pihak yang telah membantu terbitnya buku ini dan telah mempercayakan mendorong, dan menginisiasi terbitnya buku ini. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi masyarakat Indonesia.

Padang, Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	
BAB 1 PROSES DUA ARAH.....	1
1.1 Komunikasi	1
1.2 Model-model komunikasi.....	2
1.2.1 Linear	2
1.2.2 Model interaksional.....	2
1.3 Komunikasi Dua Arah	2
1.4 Indikator Komunikasi Dua Arah	3
1.5 Kelebihan dan kekurangan komunikasi dua arah	5
1.6 Proses komunikasi beserta beserta unsur-unsur di dalamnya.....	6
1.7 Komunikasi dua arah dalam organisasi	8
DAFTAR PUSTAKA	10
BAB 2 PESAN.....	11
2.1 Pendahuluan.....	11
2.2 Pengenalan Pesan.....	11
2.2.1 Definisi Pesan dalam Komunikasi.....	11
2.2.2 Pemahaman Pesan dalam Komunikasi.....	12
2.2.3 Elemen Utama sebuah Pesan.....	13
2.3 Proses Pengiriman Pesan.....	15
2.3.1 Langkah-langkah Pengiriman Pesan	15
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengiriman Pesan	16
2.4 Strategi untuk Meningkatkan Pemahaman Pesan	18
2.4.1 Teknik untuk Meningkatkan Pemahaman Pesan dalam Komunikasi	18
2.4.2 Penggunaan bahasa yang jelas dan efektif dalam menyampaikan pesan	20
DAFTAR PUSTAKA	22
BAB 3 SALURAN KOMUNIKASI.....	25
3.1 Pendahuluan.....	25
3.2 Peran Saluran (Media).....	26
3.3 Interaksi dan Keterlibatan Khalayak.....	26

3.3.1 Komunikasi Tatap Muka (<i>Face to Face Communication</i>)	27
3.3.2 Panggilan Video (<i>Video Calls</i>)	28
3.3.3 Panggilan Telepon (<i>Phone Calls</i>)	29
3.4 Jenis-Jenis Saluran (Media)	30
3.4.1 Media Tradisional Cetak.....	30
3.4.2 Media <i>Broadcasting</i>	33
3.4.3 Komunikasi Digital	36
3.5 Media Komunikasi di Masa Depan.....	38
3.5.1 Teknologi Bakalan (<i>Emerging Technologies</i>).....	38
3.5.2 Personalisasi (Personalization)	39
3.5.3 Pengalaman Mendalam (<i>Immersive Experiences</i>)	40
3.5.4 Pemberdayaan Khalayak.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....	44
BAB 4 KONTEKS KOMUNIKASI.....	51
4.1 Pendahuluan	51
4.2 Jenis Konteks Komunikasi.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	59
BAB 5 HAMBATAN KOMUNIKASI.....	61
5.1 Pendahuluan	61
5.2 Komponen Hambatan Komunikasi	62
5.3 Faktor Penghambat Komunikasi.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	72
BAB 6 TUJUAN KOMUNIKASI.....	73
6.1 Pengenalan.....	73
6.1.1 Definisi Komunikasi.....	73
6.1.2 Pentingnya Tujuan dalam Komunikasi	73
6.2 Tujuan Komunikasi.....	74
6.2.1 Informasi	74
6.2.2 Persuasi.....	75
6.2.3 Hiburan	77
6.2.4 Pendidikan	79
6.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tujuan Komunikasi.....	81
6.3.1 Konteks Komunikasi	81
6.3.2 <i>Audience</i> (Pendengar/Penerima Pesan).....	82
6.3.3 Medium Komunikasi.....	83

6.3.4 Budaya dan Nilai	84
6.4 Strategi Mencapai Tujuan Komunikasi	85
6.4.1 Penyesuaian Pesan	85
6.4.2 Kredibilitas Komunikator	86
6.4.3 Daya Tarik Pesan	87
6.4.4 Penggunaan Teknologi Komunikasi	87
6.5 Kesimpulan	88
DAFTAR PUSTAKA	90
BAB 7 GAYA KOMUNIKASI	95
7.1 Pengertian Gaya Komunikasi.....	95
7.2 Jenis – Jenis Gaya Komunikasi.....	96
DAFTAR PUSTAKA	106
BAB 8 KOMUNIKASI EFEKTIF	107
8.1 Pendahuluan.....	107
8.2 Elemen-elemen Komunikasi Efektif	108
8.2.1 Mendengarkan Aktif	108
8.2.2 Bahasa Tubuh	109
8.2.3 Kejelasan dan Keringkasan.....	109
8.2.4 Empati	109
8.2.5 Umpan Balik	110
8.2.6 Kesadaran Konteks.....	110
8.2.7 Adaptabilitas.....	111
8.2.8 Penggunaan Teknologi	111
8.3 Teknik dan Strategi Komunikasi Efektif.....	112
8.3.1 Teknik Mendengarkan Aktif.....	112
8.3.2 Menggunakan Bahasa Tubuh yang Tepat	112
8.3.3 Menyampaikan Pesan dengan Jelas dan Singkat... 113	
8.3.4 Membangun Empati dalam Komunikasi.....	113
8.3.5 Memberikan dan Menerima Umpan Balik yang Konstruktif.....	113
8.3.6 Menyesuaikan Komunikasi dengan Konteks	114
8.3.7 Menggunakan Teknologi secara Efektif.....	114
8.3.8 Menyesuaikan Gaya Komunikasi.....	115
8.4 Pengembangan Keterampilan Komunikasi.....	115
8.4.1 Latihan dan Praktik	116
8.4.2 Pelatihan dan Pendidikan	116
8.4.3 Pengembangan Diri dan Refleksi.....	117

8.4.4 Mengukur Kemampuan Komunikasi.....	117
8.4.5 Mengembangkan Keterampilan Khusus	118
8.4.6 Menggunakan Teknologi untuk Pengembangan ..	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120
BAB 9 KOMUNIKASI SEBAGAI KOMPETENSI	123
9.1 Pendahuluan	123
9.2 Asertivitas Dalam Sudut Pandang Psikologi dan Komunikasi.....	125
9.3 Asertivitas Komunikasi.....	128
9.4 Asertivitas, Konsep Diri dan <i>Self-Disclosure</i>	130
9.5 Gaya Komunikasi Asertif.....	134
9.6 Perilaku Asertif dalam Konteks Budaya	141
9.7 Meningkatkan Asertivitas dalam Berkomunikasi.....	144
DAFTAR PUSTAKA.....	156
BAB 10 TEKNOLOGI KOMUNIKASI	157
10.1 Pengertian Teknologi Komunikasi.....	157
10.2 Sejarah Teknologi Komunikasi.....	160
10.3 Jenis-jenis Teknologi Komunikasi	167
10.4 Infrastruktur Teknologi Komunikasi.....	173
10.5 Keamanan dan Privasi Dalam Penggunaan Teknologi Komunikasi	175
10.6 Pengaruh Teknologi Komunikasi di Dalam Masyarakat	177
10.7 Etika dan Isu Sosial di Dalam Teknologi Komunikasi.....	182
10.8 Perkembangan Masa Depan Teknologi Komunikasi	187
DAFTAR PUSTAKA.....	191
BIODATA PENULIS	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Elemen Pesan.....	14
Gambar 10.1. Lukisan mengenai komunikasi menggunakan sinyal asap, dilukis oleh Frederic S. Remington (1905)	162
Gambar 10.2. Contoh telegraf mekanik.....	163
Gambar 10.3. Contoh telegraf listrik dengan basis kode morse	164
Gambar 10.4. Contoh pertukaran pesan yang terjadi dalam aplikasi perpesanan Whatsapp.....	169
Gambar 10.5. Contoh pertukaran pesan yang terjadi dalam aplikasi video conference Zoom.....	171
Gambar 10.6. Contoh tampilan laman web dari layanan media sosial Facebook	172
Gambar 10.7. Contoh komunikasi antara manusia- mesin yang terjadi di dalam asisten virtual Chat-GPT	190

BAB 1

PROSES DUA ARAH

Oleh Riskha Dora Candra Dewi

1.1 Komunikasi

Umumnya, komunikasi diartikan sebagai sebuah proses pembicaraan atau melakukan kontak antara satu orang dengan orang lain mengenai suatu hal, padahal lebih luas lagi, interaksi yang dilakukan oleh seseorang kepada dirinya sendiri juga masuk dalam pengertian komunikasi, yakni komunikasi satu arah. Sementara komunikasi yang dilakukan seseorang dengan orang lain, baik itu orang kedua, orang ketiga dan selanjutnya, disebut dengan komunikasi dua arah (Deddy Mulyana, 2008).

Secara sederhana, komunikasi dapat diartikan sebagai rentetan kegiatan menyampaikan pesan oleh *source* (pembawa pesan) kepada *recerver* (penerima pesan) melalui channel tertentu sebagai media pelantara yang dalam proses komunikasi tersebut terdapat suatu *noise* (gangguan) yang memengaruhi penyampaian pesan. Selanjutnya seorang Julia T. Wood memberikan penjelasan, bahwa komunikasi adalah serangkaian proses, sistem, symbol serta makna yang kemudian menjadi satu kesatuan dan tidak dapat dipisahkan (Onong, 2007).

Dilihat dari jenisnya, komunikasi dapat terjadi secara satu arah (*on way communication*) dan dua arah (*two way communication*). Komunikasi satu arah merupakan sebuah bentuk komunikasi dengan hanya melibatkan satu orang untuk memberikan informasi atau berkomunikasi, tanpa melibatkan orang lain atau lawan bicaranya untuk memberikan *feedback*. Sementara komunikasi dua arah merupakan komunikasi yang terjadi antara satu orang dengan orang lain melalui pembahasan yang tidak hanya putus di orang pertama, tetapi memberikan kesempatan lawan bicara untuk memberikan respons terhadap komunikasi yang berlangsung.

1.2 Model-model komunikasi

1.2.1 Linear

Model komunikasi linear merupakan sebuah komunikasi yang terjadi secara timabl balik antara pembawa pesan dengan penerima pesan dan respons penerima pesan kepada pembawa pesan melalui pengembangan potensi yang dimilikinya melalui hasil interaksi sosial, yakni atas pengembangan dari pesan yang dibawakan. Model komunikasi ini menempatkan antara pembawa pesan dan penerima pesan dalam posisi yang sama terhadap pesan yang dikomunikasikan, yakni melalui respons atau *feedback* (Schramm, 1997).

1.2.2 Model interaksional

Model komunikasi ini menampakkan bahwa komunikasi terjadi berdasarkan elemen *source* (sumber), *massage* (pesan) dan *recerver* (penerima pesan). Posisi pembawa pesan dengan penerima pesan saling bertukar posisi dalam maksud sama-sama membagikan sebuah pesan melalui umpak balik dari komunikasi yang dilakukan, baik dalam konteks fisik atau psikologis (Schramm, 1997).

1.3 Komunikasi Dua Arah

Two ways communication atau komunikasi dua arah adalah suatu komunikasi dengan adanya timbal balik terhadap pesan yang dikomunikasikan oleh pembawa pesan kepada penerima pesan. Hal ini berbeda dengan komunikasi satu yang dengan hanya menempatkan pembawa pesan sebagai satu-satunya pengendali komunikasi. Komunikasi dua arah seringkali dijumpai dalam komunikasi kelompok atau komunikasi interpersonal.

Secara garis besar, dapat disebutkan bahwa komunikasi dua arah sebagai komunikasi paling ideal karena memungkinkan kedua belah saling menyampaikan pesan berupa *feedback* terhadap pesan yang dibawa oleh pembawa pesan. Adanya respons yang dimunculkan tersebut akan membawa pada komunikasi yang lebih banyak opsi untuk dibicarakan karena sudah lebih dari satu perspektif, sehingga dapat memungkinkan komunikasi berkelanjutan (Deddy Mulyana, 2008).

Komunikasi dua arah dapat menjadikan komunikasi lebih variabel karena bisa saja komunikasi berjalan dengan arah vertical, horizontal dan diagonal. Arah komunikasi vertical merupakan komunikasi yang dilakukan oleh pihak dengan posisi kedudukan yang berbeda antar keduanya, seperti atasan dan bawahan atau satu pihak dengan posisi yang lebih tinggi dengan pihak lainnya, begitu juga sebaliknya. Misalnya komunikasi antara bos dan karyawan atau sebaliknya.

Komunikasi dengan arah horizontal, yaitu komunikasi yang dilakukan oleh pihak dengan posisi kedudukan yang sama, tidak ada kesenjangan atau perbedaan posisi antara keduanya. Misalnya komunikasi di tongkrongan dengan teman sebaya, rekan kerja atau dengan orang lain yang setingkat. Selanjutnya, mengenai komunikasi arah diagonal adalah komunikasi yang biasa digunakan oleh pihak dengan posisi yang sama namun pada kewenangan atau kedudukan yang berbeda. Misalnya komunikasi yang dilakukan oleh masing-masing kepala divisi dalam suatu perusahaan yang memiliki masing-masing bawahan dan tanggungjawab.

1.4 Indikator Komunikasi Dua Arah

Komunikasi dua arah dalam penerapannya terdapat beberapa indikator sebagai petunjuk atau keterangan yang di dalamnya terdapat suatu unsur. Beberapa indikator tersebut adalah sebagai berikut (Joseph, 1997);

1. *Source-receiver*. Pembawa berita dan penerima berita merupakan pihak yang harus ada dalam komunikasi dua arah, karena kedua pihak tersebut dalam komunikasi dua arah, sama-sama memiliki peran aktif saat komunikasi berlangsung.
2. *Encoding-decoding*. *Encoding* adalah rangkaian proses yang dilakukan oleh pembawa pesan dalam rangka menyampaikan pesan kepada calon penerima pesan. Misalnya dengan tulisan atau berbicara langsung. Sementara *Decoding* adalah kondisi penerima pesan dalam proses menerima dan mencerna pesan yang disampaikan oleh pembawa pesan.

3. *Messages*. Pesan merupakan unsur yang harus ada dalam komunikasi dua arah yang dilakukan pembawa pesan kepada penerima pesan. Pesan yang di-*encod* oleh pembawa pesan selanjutnya penerima pesan akan melakukan *decoding* terhadap pesan tersebut.
4. *Feedback*. Adanya timbal balik antara pembawa pesan dengan penerima pesan merupakan perbedaan mendasar antara komunikasi dua arah dengan komunikasi satu arah. Adanya respons yang diberikan penerima pesan atas pesan yang disampaikan oleh pembawa pesan selanjutnya disebut dengan *feedback message*. Timbal balik juga bisa didapatkan oleh pembawa pesan setelah menyampaikan pesan yang ditulis atau dibicarakan, selanjutnya disebut dengan *self-feedback message*. Adanya timbal balik dalam hal ini sebenarnya tidak harus berupa respons verbal, tetapi juga dapat berupa respons non verbal.
5. *Channel*. Media merupakan sesuatu yang digunakan oleh pembawa pesan dalam menyampaikan pesannya, dalam penggunaannya, media yang digunakan tidak ada batasan, sehingga seorang pembawa pesan dapat menggunakan lebih dari satu media penyampaian pesannya. Misalnya dengan berbicara dan mendengarkan (*vocal-auditory channel*), disampaikan dengan gerakan tubuh (*gesture-visual channel*) atau juga dengan melalui sentuhan (*cutaneous channel*).
6. *Noise*. Penyampaian pesan yang dilakukan oleh pembawa pesan kepada penerima pesan adakalanya mengalami gangguan yang menyebabkan pesan yang dimaksudnya tidak tersampaikan berdasarkan maksud dari pembawa pesan. Gangguan tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa hal sebagai berikut;
 - a. *Physical noise*. Gangguan jenis ini merupakan gangguan yang disebabkan oleh faktor eksternal, di luar jangkauan pembawa pesan dan penerima pesan. Misal *signal* buruk, suara bising kendaraan dan sebagainya.

- b. *Physiological noise*. Gangguan jenis ini dapat disebabkan oleh pembawa pesan dan penerima pesan dikarenakan ada penghalang fisik antar keduanya. Misalnya adalah adanya gangguan pada penglihatan salah satunya, gangguan pendengaran dan lainnya.
- c. *Psychological noise*. Gangguan ini dipicu oleh mental pembawa pesan atau penerima pesan, juga dapat menyebabkan pesan yang dikomunikasi tidak tersampaikan. Misalnya adalah memiliki sifat yang emosian, baperan, berpikiran sempit dan masalah mental lainnya.
- d. *Semantic noise*. Gangguan dalam komunikasi juga dapat disebabkan oleh perbedaan pembawaan yang digunakan dalam komunikasi, missal bahasa yang digunakan, dialek, istilah asing yang berlebihan yang menyebabkan pesannya tidak tersampaikan.

1.5 Kelebihan dan kekurangan komunikasi dua arah

Meskipun seperti yang dijelaskan pada poin sebelumnya bahwa komunikasi dua arah merupakan suatu komunikasi yang ideal untuk digunakan, tetapi keberadaannya juga memiliki sisi positif yang berupa kelebihan dan negative berupa kelemahan. Kelebihan penggunaan komunikasi dua arah di antaranya adalah sebagai berikut (Onong, 2007);

1. Kelebihan

- a. Informasi yang didapatkan cenderung lebih akurat dan jelas karena disampaikan secara langsung kepada penerima pesan, serta juga memungkinkan adanya *feedback*, sehingga menambah keyakinan terhadap pesan yang dibawakan. Sehingga dengan adanya *feedback* tersebut akan mengurangi adanya kesalahpahaman terhadap maksud dan persepsi antara pembawa berita dan penerima berita, karena segala persepsi dan asumsi dapat dikonfirmasi saat itu juga.
- b. Komunikasi dua arah memungkinkan terciptanya sebuah dialog yang panjang yang disebabkan adanya *feedback* antar keduanya saat berkomunikasi. Hal

tersebut akan menambah rasa puas, baik terhadap pesan yang dibawakan atau terhadap para pihaknya.

- c. Menggunakan komunikasi dua arah dapat menghadirkan rasa kekeluargaan antara pembawa pesan dan penerima pesan saat membahas pesan yang dibawakan. Komunikasi ini juga lebih demokratis, karena setiap memiliki kesempatan untuk memberikan *feedback* terhadap pesan yang disampaikan oleh masing-masingnya.

2. Kelemahan

Tidak hanya kelebihan, komunikasi dua arah juga memiliki kelemahan, karena bagaimanapun komunikasi dua arah hanyalah sebuah metode dalam komunikasi, sehingga tidak menutup adanya kelemahan dalam penerapannya. Beberapa kelemahan tersebut adalah sebagai berikut (Onong, 2007);

- a. Maksud atau tujuan dari pesan yang dibawakan akan cenderung lebih lama karena masih terhambat oleh adanya *feedback*.
- b. Karena keterlambatan pemahaman atau maksud dari pesan yang dibawakan akan menyebabkan lambatnya pengambilan keputusan.
- c. Adanya *feedback* yang diberikan memungkinkan penerima pesan menentang terhadap opini yang dibawakan oleh pembawa pesan, sehingga dapat menyebabkan konflik dalam proses komunikasi, akhirnya maksud pesan yang dikomunikasikan tidak dapat tersampaikan.

1.6 Proses komunikasi beserta unsur-unsur di dalamnya

Manusia sebagai makhluk sosial dalam kehidupan sehari-harinya melakukan komunikasi dengan lainnya dalam bentuk lisan atau tulisan. Komunikasi terjadi bukan hanya ketikan saling berpapasan atau saat meeting, tetapi juga saat bertukar pesan melalui sosial media atau saat melakukan presentasi dalam suatu kegiatan.

Jadi, suatu komunikasi dapat terjadi ketika ada pesan yang disampaikan oleh pembawa pesan kepada penerima pesan dengan afektif, sehingga dapat dipahami dengan mudah. Komunikasi juga dapat dilakukan antar individu-individu, individu-kelompok atau kelompok-kelompok.

Proses komunikasi berjalan dengan pembawa pesan menyampaikan pesannya kepada penerima pesan, sehingga dengan komunikasi tersebut, penerima pesan mendapatkan kesamaan makna mengenai pesan yang disampaikan oleh pembawa pesan, sehingga komunikasi dapat berjalan secara efektif (Muslim, 2022).

Komunikasi dalam kehidupan sehari-hari memiliki beberapa fungsi, misalnya adalah untuk menyebarkan sebuah informasi, memberikan pendapat, memotivasi orang lain, memberikan saran, membangun sugesti atau berupaya mengajak orang lain serta bisa juga bertujuan untuk menunjukkan ekspresi atau sikap.

Komunikasi dilakukan sebagai proses untuk membangun hubungan dengan lingkungan atau orang lain. Upaya membangun hubungan tersebut dilalui dengan penyampaian pesan kepada penerima pesan terkait hal-hal yang dapat memberikan pengaruh terhadap penerima pesan atau sebaliknya.

Berikut dapat diuraikan mengenai proses terjadinya komunikasi, mulai dari pembawa pesan menyampaikan isi pesan, bagaimana pesan tersebut diterima oleh penerima pesan serta proses *feedback* yang berlangsung saat pesan tersebut disampaikan (Schramm, 1997).

1. Pengirim Mengirim Pesan

Tahap awal adalah proses pengiriman pesan yang dilakukan oleh pembawa pesan kepada calon penerima pesan. Pesan yang akan disampaikan nantinya akan di-*encod* dalam bentuk symbol, baik berupa tulisan atau lainnya. Proses *encoding* tersebut dilakukan agar pesan yang akan disampaikan lebih mudah dipahami dan berjalan efektif, sehingga saat proses penyampaian pesan, pesan yang disampaikan tidak bercabang dan meluas yang berakibat pada meluasnya maksud pembicaraan.

2. Pesan Terkirim melalui Media Tertentu
Setelah melawati proses *encoding*, pesan kemudian disampaikan kepada penerima pesan, baik penyampaiannya secara langsung atau melalui media, seperti melalui media sosial dan sebagainya.
3. Penerima Menerima Pesan
Setelah pesan disampaikan oleh pembawa pesan, selanjutnya penerima pesan akan mentransformasikan kembali atas pesan yang diterima menjadi bahasa yang dimengerti. Maksudnya adalah proses ini adalah proses yang dilakukan oleh penerima pesan dalam mencerna pesan yang disampaikan agar sesuai dengan maksud yang disampaikan pembawa pesan.
4. Penerima Memberi Respons
Setelah memahami terhadap pesan yang disampaikan, selanjutnya adalah proses respons yang ditunjukkan oleh penerima pesan atas pesan tersebut. Respons tersebut tergantung bagaimana penerima pesan menanggapi serta bagaimana mengekspresikannya.
5. Timbul Umpan Balik
Terakhir adalah adanya *feedback* atas respons yang dikeluarkan oleh penerima pesan sebagai wujud bahwa pesan tersebut telah tersampaikan. Hal ini juga menunjukkan, bahwa pembawa pesan dan penerima pesan akan bertukar peran selama melakukan interaksi.

1.7 Komunikasi dua arah dalam organisasi

Komunikasi dua arah yang dipraktikkan dalam lingkup organisasi adalah komunikasi antara atasan dengan bawahan ataupun sebaliknya. Komunikasi dua arah yang diterapkan di organisasi dapat menciptakan suasana yang hangat, iklim yang sehat, serta dapat meningkatkan motivasi dalam menyelesaikan masing-masing tanggungjawab dengan lebih baik (Muslim, 2022). Melalui komunikasi dua arah yang hangat antara atasan dan

bawahan akan menjadikan organisasi berjalan dengan sehat dan memudahkan mencapai tujuan, serta memungkinkan untuk bawahan dalam menyampaikan pendapat terhadap organisasi (Prastiwi, 2014).

DAFTAR PUSTAKA

- Prastiwi, Prastiwi; Yuniasanti, Reny. 2014. "Hubungan antara Model Komunikasi Dua Arah antara Atasan dan Bawahan dengan Motivasi Kerja pada Bintara di Polresta". *Jurnal Psikologi Integratif*. 2 (2): 8–17.
- Kincaid, Lawrence dan Schramm, Wibur. 1997. *Asas-asas komunikasi antar manusia*. Terj. Agus Setiadi. Jakarta: LP3ES-EWCI.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Uchjana, Effendy Onong. 2007. *Ilmu Komunikasi: teori dan praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi antar manusia*. Jakarta: Professional Book.
- Media, Kompas Cyber. 2022. "Komunikasi Dua Arah (Two-Ways Communication): Pengertian dan Contohnya". KOMPAS.com. Diakses tanggal 2024-03-29.
- Muslim, Ibnu Fiqhan; Salsabila, Fahmi; Priyono, Priyono .2022. "Urgensi Model Komunikasi Dua Arah pada Proses Pendidikan". *INTELEKTUUM*. 3 (2): 147–151.

BAB 2

PESAN

Oleh Ismaya

2.1 Pendahuluan

Pesan merupakan inti dari komunikasi manusia. Dari zaman purba hingga era digital saat ini, pesan memiliki kekuatan untuk mengubah pandangan, mengilhami tindakan, dan menghubungkan kita satu sama lain (Akbar, S., 2021). Dalam bab ini, kita akan menjelajahi kekuatan pesan dan bagaimana pesan-pesan tersebut memengaruhi kehidupan kita.

Pesan utama yang akan kita bahas dalam bab ini adalah pentingnya kesadaran akan dampak dari setiap pesan yang kita sampaikan, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses komunikasi. Pesan-pesan yang kita kirimkan melalui kata-kata, tindakan, atau bahkan keheningan kita memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi orang lain, memengaruhi keputusan mereka, dan mempengaruhi dunia di sekitar kita.

Mengapa penting untuk memahami kekuatan pesan? Karena setiap pesan yang kita sampaikan dapat memicu reaksi yang tak terduga, bisa menjadi sumber inspirasi atau konflik, bisa membangun atau meruntuhkan hubungan. Dengan kesadaran akan kekuatan pesan, kita dapat menjadi komunikator yang lebih efektif, membangun hubungan yang lebih baik, dan memengaruhi perubahan yang positif dalam masyarakat.

2.2 Pengenalan Pesan

2.2.1 Definisi Pesan dalam Komunikasi

Dalam konteks komunikasi, pesan adalah informasi yang disampaikan dari satu pihak ke pihak lainnya melalui berbagai saluran komunikasi. Pesan ini bisa berupa ide, pikiran, perasaan, atau instruksi yang ingin disampaikan kepada penerima. Pesan tidak hanya terbatas pada kata-kata, tetapi juga dapat

disampaikan melalui ekspresi wajah, bahasa tubuh, nada suara, atau bahkan keheningan (Munti, N. Y. S., & Syaifuddin, D. A., 2020).

Pesan dalam komunikasi memiliki beberapa elemen kunci, termasuk pengirim (orang atau entitas yang mengirim pesan), penerima (orang atau entitas yang menerima pesan), saluran komunikasi (medium yang digunakan untuk menyampaikan pesan), dan konteks (situasi atau kondisi di mana pesan disampaikan) (Zamzami, W. S. (2021).

Pentingnya pesan dalam komunikasi terletak pada kemampuannya untuk menyampaikan informasi, mengungkapkan emosi, mempengaruhi perilaku, dan membangun hubungan antarindividu atau kelompok. Namun, penting untuk diingat bahwa pesan tidak selalu dipahami dengan benar oleh penerima, dan interpretasi pesan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti latar belakang budaya, pengalaman pribadi, dan konteks komunikasi (Ismaya, I., et.al, 2021).

Dengan memahami peran dan kompleksitas pesan dalam komunikasi, kita dapat menjadi komunikator yang lebih efektif dan dapat memastikan bahwa pesan yang disampaikan memiliki dampak yang diinginkan dan dipahami dengan jelas oleh penerima.

2.2.2 Pemahaman Pesan dalam Komunikasi

Mengapa pemahaman pesan penting dalam komunikasi? (Julianto, B., & Carnarez, T. Y. A., 2021)

1. Mencegah miskomunikasi. Pemahaman yang tepat terhadap pesan dapat mencegah terjadinya miskomunikasi antara pengirim dan penerima. Dengan memahami pesan dengan benar, penerima akan lebih cenderung menangkap makna yang dimaksudkan oleh pengirim.
2. Memperkuat hubungan. Pemahaman yang baik terhadap pesan dapat memperkuat hubungan interpersonal. Ketika penerima merasa dipahami oleh pengirim, hal ini dapat menciptakan rasa saling percaya dan koneksi yang lebih dalam antara keduanya.

3. Efektivitas komunikasi. Pemahaman pesan yang baik memungkinkan komunikasi menjadi lebih efektif. Ketika pesan disampaikan dengan jelas dan dipahami dengan baik oleh penerima, tujuan komunikasi dapat tercapai dengan lebih baik.
4. Pengambilan keputusan yang tepat. Pesan yang dipahami dengan benar oleh penerima dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang tepat. Informasi yang disampaikan dengan jelas dan dipahami dengan baik dapat memberikan dasar yang kuat bagi penerima untuk membuat keputusan yang sesuai.
5. Menghindari konflik. Pemahaman yang baik terhadap pesan dapat membantu menghindari konflik dan ketegangan dalam komunikasi. Ketika pesan dipahami dengan benar, potensi kesalahpahaman dan konflik dapat diminimalkan.
6. Menghargai keanekaragaman budaya. Pemahaman yang baik terhadap pesan juga memungkinkan penghargaan terhadap keanekaragaman budaya. Kesadaran akan perbedaan budaya dan interpretasi pesan yang beragam dapat membantu dalam menghormati dan memahami sudut pandang yang berbeda.
7. Mendorong kolaborasi dan inovasi. Pemahaman pesan yang baik dapat mendorong kolaborasi yang efektif dan inovasi dalam konteks kerja sama. Ketika pesan dipahami dengan baik oleh semua pihak yang terlibat, ide dan gagasan dapat dipertukarkan dengan lebih lancar, sehingga mendorong terciptanya solusi yang kreatif dan inovatif.

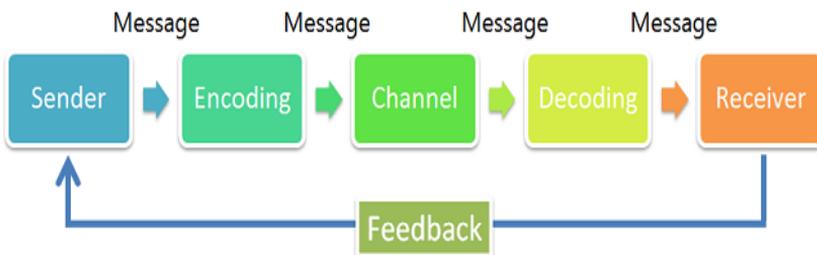
2.2.3 Elemen Utama sebuah Pesan

Elemen-elemen utama dari pesan dalam konteks komunikasi mencakup (Junaidi, J., et.al, 2023):

1. Pengirim (*sender*). Pengirim adalah individu atau entitas yang menyampaikan pesan kepada penerima. Mereka bertanggung jawab untuk menghasilkan, menyusun, dan mentransmisikan pesan dengan tujuan tertentu.
2. Pesan (*message*). Pesan adalah informasi yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Ini bisa berupa ide,

gagasan, instruksi, perasaan, atau data yang ingin dikomunikasikan.

3. Penerima (*receiver*). Penerima adalah individu atau entitas yang menerima dan memproses pesan yang disampaikan oleh pengirim. Peran penerima adalah untuk memahami dan menafsirkan pesan yang diterima sesuai dengan konteks dan pengalaman mereka sendiri.
4. Saluran komunikasi (*channel*). Saluran komunikasi adalah medium atau cara yang digunakan untuk mentransmisikan pesan dari pengirim ke penerima. Ini bisa berupa komunikasi lisan, tulisan, visual, atau non-verbal, seperti percakapan langsung, surat, email, telepon, atau bahkan bahasa tubuh.
5. Konteks (*context*). Konteks adalah situasi atau lingkungan di mana pesan disampaikan. Ini mencakup faktor-faktor seperti waktu, tempat, budaya, nilai, norma, dan hubungan interpersonal antara pengirim dan penerima.
6. Makna (*meaning*). Makna adalah interpretasi atau pemahaman yang diberikan oleh penerima terhadap pesan yang diterima. Makna pesan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengalaman, latar belakang budaya, dan konteks komunikasi.
7. Umpan balik (*feedback*). Umpan balik adalah respons atau tanggapan yang diberikan oleh penerima kepada pengirim setelah menerima pesan. Umpan balik dapat berupa verbal atau non-verbal dan memberikan informasi tentang sejauh mana pesan telah dipahami atau diterima dengan baik oleh penerima.



Gambar 2.1. Elemen Pesan

2.3 Proses Pengiriman Pesan

2.3.1 Langkah-langkah Pengiriman Pesan

Proses pengiriman pesan dari pengirim ke penerima merupakan bagian integral dari setiap interaksi komunikasi. Langkah

Gambar 2.1. Elemen Pesan

-langkah yang terlibat dalam proses ini melibatkan pemilihan pesan, penyusunan pesan, pemilihan saluran komunikasi, pengiriman pesan, dan penerimaan pesan oleh penerima. Berikut kita akan mengeksplorasi setiap langkah dalam proses pengiriman pesan dengan lebih detail (Pohan, D. D., & Fitria, U. S., 2021).

- a. Pemilihan pesan. Langkah pertama dalam proses pengiriman pesan adalah pemilihan pesan yang akan disampaikan. Pengirim harus mempertimbangkan tujuan komunikasi mereka dan menciptakan pesan yang sesuai dengan konteks dan audiens yang dituju. Pemilihan pesan juga melibatkan identifikasi informasi yang relevan dan penting untuk disampaikan kepada penerima.
- b. Penyusunan pesan. Setelah pesan dipilih, langkah berikutnya adalah menyusun pesan dengan cara yang jelas, padat, dan relevan. Pengirim harus memperhatikan struktur pesan, penggunaan bahasa yang tepat, dan penyampaian informasi secara logis. Pesan harus disusun sedemikian rupa sehingga mudah dipahami oleh penerima dan mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.
- c. Pemilihan saluran komunikasi. Setelah pesan disusun, pengirim harus memilih saluran komunikasi yang sesuai untuk mentransmisikan pesan kepada penerima. Saluran komunikasi dapat berupa komunikasi lisan, tulisan, visual, atau elektronik, tergantung pada konteks komunikasi dan preferensi pengirim dan penerima. Pemilihan saluran komunikasi yang tepat akan memastikan bahwa pesan dapat disampaikan dengan efektif dan efisien kepada penerima.
- d. Pengiriman pesan. Langkah berikutnya adalah pengiriman pesan oleh pengirim kepada penerima melalui saluran komunikasi yang dipilih. Pengirim harus memperhatikan

waktu, tempat, dan cara pengiriman pesan untuk memastikan bahwa pesan diterima dengan baik oleh penerima. Pengirim juga harus memperhatikan kejelasan dan ketepatan dalam menyampaikan pesan untuk menghindari kebingungan atau kesalahpahaman.

- e. Penerimaan pesan oleh penerima. Langkah terakhir dalam proses pengiriman pesan adalah penerimaan pesan oleh penerima. Penerima harus menerima pesan yang dikirimkan oleh pengirim dan memproses informasi yang disampaikan. Penerima harus memperhatikan pesan dengan seksama, menginterpretasikan makna pesan, dan memberikan umpan balik atau tanggapan yang sesuai kepada pengirim.

Setiap langkah dalam proses pengiriman pesan memiliki arti penting dalam keberhasilan komunikasi secara keseluruhan. Pemilihan pesan yang tepat memastikan bahwa informasi yang relevan disampaikan kepada penerima, sedangkan penyusunan pesan yang jelas dan padat memudahkan pemahaman oleh penerima. Pemilihan saluran komunikasi yang sesuai memungkinkan pesan mencapai penerima dengan efektif, sementara pengiriman pesan yang jelas dan tepat waktu meningkatkan kemungkinan pesan diterima dengan baik oleh penerima. Penerimaan pesan oleh penerima menunjukkan bahwa pesan telah dipahami dan diproses dengan baik, sehingga komunikasi berhasil terjadi antara pengirim dan penerima. Dengan memperhatikan setiap langkah dalam proses pengiriman pesan, pengirim dapat meningkatkan kualitas komunikasi mereka dan mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.

2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengiriman Pesan

Pengiriman pesan dalam komunikasi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat memengaruhi bagaimana pesan disampaikan dan diterima oleh penerima. Memahami faktor-faktor ini adalah kunci untuk memastikan efektivitas dalam proses komunikasi (Syawal, S., et.al., 2022). Berikut adalah

beberapa faktor yang memengaruhi pengiriman pesan (Malik, A., 2021):

1. Konteks komunikasi. Konteks komunikasi, termasuk situasi, tempat, dan waktu, memiliki dampak signifikan pada cara pesan disampaikan dan diterima. Misalnya, pesan yang disampaikan di tempat kerja akan memiliki gaya dan bahasa yang berbeda daripada pesan yang disampaikan dalam suasana santai di rumah.
2. Tujuan komunikasi. Tujuan atau maksud dari pengirim dalam menyampaikan pesan juga mempengaruhi cara pesan disampaikan. Jika tujuannya adalah untuk memberikan informasi, pesan mungkin disampaikan secara langsung dan fakta. Namun, jika tujuannya adalah untuk memotivasi atau menghibur, pesan mungkin disampaikan dengan lebih banyak emosi atau kreativitas.
3. Hubungan antarindividu. Hubungan interpersonal antara pengirim dan penerima juga memengaruhi cara pesan disampaikan. Misalnya, dalam hubungan yang dekat dan akrab, pesan mungkin disampaikan dengan lebih santai dan informal, sementara dalam hubungan yang lebih resmi, pesan mungkin disampaikan dengan lebih sopan dan profesional.
4. Budaya dan nilai. Latar belakang budaya dan nilai-nilai individu memainkan peran penting dalam pengiriman pesan. Bahasa, norma-norma sosial, dan harapan komunikasi dapat berbeda antara budaya, sehingga mempengaruhi cara pesan disampaikan dan diterima.
5. Keterampilan komunikasi. Keterampilan komunikasi pengirim juga memengaruhi cara pesan disampaikan. Kemampuan untuk menyusun pesan dengan jelas, berbicara dengan percaya diri, dan mendengarkan dengan empati dapat meningkatkan efektivitas komunikasi.
6. Emosi dan mood. Emosi dan mood baik pengirim maupun penerima juga dapat mempengaruhi pengiriman pesan. Emosi yang tinggi atau mood yang negatif dapat mengganggu kemampuan seseorang untuk menyampaikan

pesan dengan jelas, sementara emosi yang positif dapat meningkatkan keterbukaan dan penerimaan pesan.

7. Penggunaan saluran komunikasi. Pilihan saluran komunikasi yang digunakan pengirim juga mempengaruhi pengiriman pesan. Komunikasi lisan, tulisan, visual, atau elektronik memiliki karakteristik yang berbeda-beda, sehingga mempengaruhi cara pesan disampaikan dan diterima oleh penerima.

Dengan memperhatikan faktor-faktor ini, pengirim dapat lebih memahami konteks komunikasi mereka dan mengadaptasi cara pesan disampaikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan dengan lebih efektif.

2.4 Strategi untuk Meningkatkan Pemahaman Pesan

2.4.1 Teknik untuk Meningkatkan Pemahaman Pesan dalam Komunikasi

Meningkatkan pemahaman pesan dalam komunikasi merupakan kunci untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan oleh pengirim dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh penerima (Arindita, M. S., et.al., 2022). Berikut adalah beberapa teknik yang dapat digunakan untuk meningkatkan pemahaman pesan dalam komunikasi (Zamzami, W.S., 2021):

1. Gunakan bahasa yang jelas dan sederhana
 - a. Hindari penggunaan istilah atau frasa yang rumit dan sulit dipahami.
 - b. Gunakan kata-kata yang sederhana dan jelas untuk menyampaikan pesan dengan lebih efektif.
2. Perjelas pesan dengan contoh atau ilustrasi
 - a. Sertakan contoh konkret atau ilustrasi yang relevan untuk memperjelas pesan yang disampaikan.
 - b. Contoh dapat membantu penerima untuk lebih memahami konsep atau ide yang ingin disampaikan oleh pengirim.
3. Gunakan komunikasi verbal dan non-verbal yang konsisten

- a. Pastikan bahwa komunikasi verbal (kata-kata) dan non-verbal (bahasa tubuh, ekspresi wajah) Anda konsisten dengan pesan yang ingin Anda sampaikan.
 - b. Hindari kebingungan dengan memastikan bahwa pesan yang Anda sampaikan secara verbal didukung oleh bahasa tubuh yang sesuai.
4. Ajukan pertanyaan dan beri umpan balik
 - a. Ajukan pertanyaan kepada penerima untuk memastikan bahwa mereka memahami pesan yang Anda sampaikan.
 - b. Beri umpan balik terhadap tanggapan mereka untuk memastikan bahwa pesan Anda telah dipahami dengan benar dan tidak ada kesalahpahaman.
5. Dengarkan dengan aktif
 - a. Dengarkan dengan seksama ketika penerima memberikan respons atau tanggapan terhadap pesan Anda.
 - b. Tunjukkan minat dan perhatian Anda dengan memberikan respons yang sesuai terhadap apa yang mereka sampaikan.
6. Pertimbangkan latar belakang budaya dan pengalaman penerima
 - a. Pertimbangkan latar belakang budaya, nilai, dan pengalaman penerima dalam penyusunan dan penyampaian pesan.
 - b. Hindari asumsi yang tidak tepat tentang pemahaman dan interpretasi penerima terhadap pesan Anda.
7. Sederhanakan pesan dengan merangkum poin utama
 - a. Sederhanakan pesan Anda dengan merangkum poin utama atau pesan inti yang ingin Anda sampaikan.
 - b. Ini membantu penerima untuk fokus pada informasi yang paling penting dan meningkatkan kemungkinan pemahaman.
8. Beri waktu yang cukup
 - a. Beri waktu yang cukup bagi penerima untuk memproses pesan yang Anda sampaikan.

- b. Hindari terlalu tergesa-gesa dalam menyampaikan pesan dan berikan kesempatan bagi penerima untuk merespons dengan baik.

Dengan menggunakan teknik-teknik ini, Anda dapat meningkatkan pemahaman pesan dalam komunikasi dan memastikan bahwa pesan Anda dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh penerima.

2.4.2 Penggunaan bahasa yang jelas dan efektif dalam menyampaikan pesan

Penggunaan bahasa yang jelas dan efektif dalam menyampaikan pesan adalah kunci untuk memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan oleh pengirim dapat dipahami dengan baik oleh penerima. Bahasa yang jelas dan efektif memungkinkan pengirim untuk mengkomunikasikan ide, gagasan, atau informasi dengan tepat dan tanpa kebingungan (Junaidi, J., 2023). Berikut adalah beberapa deskripsi tentang penggunaan bahasa yang jelas dan efektif dalam komunikasi (Zamzami, W. S., 2021):

1. Keterpaduan dan kesederhanaan

Bahasa yang jelas dan efektif ditandai oleh penggunaan kata-kata yang padat dan sederhana. Pengirim menghindari penggunaan frasa yang rumit atau jargon teknis yang mungkin sulit dipahami oleh penerima. Sebaliknya, mereka memilih kata-kata yang mudah dimengerti oleh audiens target dan menghindari kebingungan atau ambiguitas.

2. Ketepatan dan konsistensi

Bahasa yang jelas dan efektif memastikan bahwa setiap kata atau frasa yang digunakan memiliki makna yang tepat dan sesuai dengan konteks. Pengirim menghindari penggunaan kata-kata yang ambigu atau ambigu yang dapat menimbulkan interpretasi yang salah oleh penerima. Selain itu, penggunaan bahasa yang konsisten juga penting untuk mempertahankan kesinambungan dalam pesan yang disampaikan.

3. Hindari penggunaan bahasa berlebihan

Pengirim menghindari penggunaan kata-kata yang berlebihan atau redundan yang dapat membingungkan atau membebani pesan. Mereka memilih kata-kata yang tepat dan efisien untuk menyampaikan pesan mereka tanpa perlu mengulang atau mengulangnya secara berlebihan.

4. Hindari *eufemisme* atau *double-speak*

Bahasa yang jelas dan efektif tidak menggunakan *eufemisme* atau bahasa yang samar-samar untuk menyembunyikan atau merendahkan arti sebenarnya dari pesan yang disampaikan. Pengirim menggunakan kata-kata yang jelas dan langsung untuk menyampaikan pesan mereka tanpa menghindari atau menyembunyikan kebenaran.

5. Hindari bahasa yang menyinggung

Penggunaan bahasa yang jelas dan efektif memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak menyinggung penerima. Pengirim menghindari penggunaan kata-kata kasar, merendahkan, atau tidak sensitif yang dapat menimbulkan reaksi negatif atau konflik.

6. Perhatikan *audiens*

Penggunaan bahasa yang jelas dan efektif mempertimbangkan *audiens* target dan mengadaptasi gaya, tone, dan pilihan kata sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Pengirim menyadari latar belakang budaya, tingkat pendidikan, dan nilai-nilai audiens dalam menyusun dan menyampaikan pesan mereka.

Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, penggunaan bahasa yang jelas dan efektif dapat meningkatkan kemungkinan pemahaman pesan oleh penerima dan memastikan bahwa komunikasi berlangsung secara lancar dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, S. (2021). Media komunikasi dalam mendukung penyebarluasan informasi penanggulangan pandemi COVID-19. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(1).
- Arindita, M. S., Raykhani, M. A., Ra'uf, N., Ardianoor, R., & Suharyat, Y. (2022). Prinsip Dasar Ilmu Komunikasi Islam. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 1(5), 12-25.
- Darmawan, D., & Mardikaningsih, R. (2022). Hubungan Kecerdasan Emosional Dan Hasil Belajar Dengan Kualitas Komunikasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(1), 45-49.
- Ismaya, I., Elihami, E., Musdalifah, M., & Bando, U. D. M. A. (2021). Konsep Qaulan dalam Alqur'an (Kajian tentang Komunikasi Qurani). *Maktabatun: Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 1(1), 27-40.
- Julianto, B., & Carnarez, T. Y. A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Organisasi Professional: Kepemimpinan, Komunikasi Efektif, Kinerja, Dan Efektivitas Organisasi (Suatu Kajian Studi Literature Review Ilmu Manajemen Terapan). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 676-691.
- Junaidi, J., Syahputra, A., Asmarika, A., Syafitri, R., & Wismanto, W. (2023). Pola Komunikasi Guru dengan Peserta Didik dalam Pembinaan Akhlak di SDIT Uwais Al Qarni Pekanbaru. *Journal of Education Research*, 4(3), 1162-1168.
- Mailani, O., Nuraeni, I., Syakila, S. A., & Lazuardi, J. (2022). Bahasa sebagai alat komunikasi dalam kehidupan manusia. *Kampret Journal*, 1(2), 1-10.
- Malik, A. (2021). Hambatan komunikasi dalam perkuliahan daring pada masa pandemi Covid-19. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 78-84.
- Munti, N. Y. S., & Syaifuddin, D. A. (2020). Analisa dampak perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam bidang pendidikan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(2), 1975-1805.

- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 29-37.
- Syawal, S., Ismaya, I., Galib, A. A. C., Bando, U. D. M. A., Elihami, E., & Sudirman, M. Y. (2022). Komunikasi Dalam Persepektif Islam. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 4(2), 122-131.
- Widodo, H., Sari, D. P., Wanhar, F. A., & Julianto, J. (2021). Pengaruh Pemberian Layanan Bimbingan dan Konseling Terhadap Komunikasi Interpersonal Siswa SMK. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(4), 2168-2175.
- Zamzami, W. S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 25-35.

BAB 3

SALURAN KOMUNIKASI

Oleh Damayanti Masduki

3.1 Pendahuluan

Saluran komunikasi merupakan sarana (media) yang digunakan dalam melakukan aktivitas komunikasi. Saluran ini mencakup beragam saluran yang dimanfaatkan dalam kegiatan bertukar informasi, baik itu berupa ide maupun pesan. Saluran yang kita kenal selama ini berupa media cetak, penyiaran, hingga saat ini muncul platform komunikasi berbasis digital.

Komunikasi dengan menggunakan media merupakan proses pemanfaatan beragam saluran maupun platform untuk menyampaikan informasi, baik berupa ide ataupun pesan kepada audiens. Pemanfaatan media ini termasuk beragam disiplin ilmu seperti Jurnalistik, Hubungan Masyarakat, Periklanan, dan juga Pemasaran Digital. Pada penggunaan saluran ini dibutuhkan pemahaman mengenai Dasar-Dasar Komunikasi dalam penggunaan media sehingga mampu menyampaikan pesan secara efektif, sesuai dengan saluran media yang digunakan.

Saluran komunikasi mengacu kepada media yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Pada konteks ini mencakup beberapa platform seperti komunikasi *interpersonal*, media sosial, media massa, juga penggunaan teknologi didalamnya misalnya email, seluler, *streaming* video maupun konferensi melalui video. Saluran komunikasi tersebut memiliki peran yang signifikan dalam menyampaikan pesan baik komunikasi antar individu, kelompok, maupun dalam organisasi.

Saluran Komunikasi (Media) merupakan elemen yang penting pada berbagai macam konteks ilmu, baik dalam Ilmu Komunikasi itu sendiri, dalam bidang Sosial seperti Bisnis, Ekonomi, Hukum, Politik, Hubungan Internasional, Ilmu Sains seperti Ilmu Komputer, Kedokteran, Kesehatan Masyarakat, dan lain sebagainya.

Pada konteks komunikasi di bidang Kesehatan misalnya Benis et al. (2020) mengemukakan mengenai perubahan perilaku komunikasi diantara penyedia layanan dan pasien yang menekankan pada saluran komunikasi seperti portal, aplikasi seluler, dan bentuk komunikasi dengan menggunakan teknologi untuk memberikan pelayanan yang lebih baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Smith et. al (2015) menyoroti mengenai pentingnya saluran komunikasi dalam menjalin hubungan antara karyawan dalam peningkatan pelayanan pada sebuah perusahaan. Menurut penelitian ini, penggunaan saluran komunikasi berteknologi seperti panggilan video dan panggilan telepon berbeda dengan saluran yang digunakan melalui surat elektronik dan pesan singkat. Dengan video konverensi misalnya akan memberikan makna mengenai komunikasi nonverbal dan mampu memberi pemahaman yang lebih baik dan mempengaruhi kepuasan juga meningkatkan efektivitas dalam berkomunikasi individu dengan individu lainnya.

3.2 Peran Saluran (Media)

Beberapa peran saluran media yang digunakan dalam berinteraksi kepada masyarakat adalah: 1) sebagai Penyebaran Informasi, yaitu saluran (media) yang memainkan peran penting dalam memberikan informasi kepada publik, membentuk opini publik, dan menjaga akuntabilitas institusi; 2) Pengaruh Budaya, yaitu saluran (media) dapat membentuk nilai-nilai budaya, tren, dan norma-norma, sehingga berdampak pada keyakinan, sikap, dan perilaku masyarakat; 3) Dampak Ekonomi, yaitu saluran (media) sebagai industri yang menjadi kontributor signifikan terhadap perekonomian global, menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi.

3.3 Interaksi dan Keterlibatan Khalayak

Interaksi merupakan keterlibatan antara pembawa pesan kepada penerima pesan, begitupun selanjutnya antara penerima pesan yang berganti peran menjadi penyampai pesan (informasi). Beberapa interaksi yang dilakukan diantaranya:

3.3.1 Komunikasi Tatap Muka (*Face to Face Communication*)

Interaksi tatap muka merupakan aspek mendasar dari komunikasi interpersonal, yang memungkinkan individu terlibat dalam interaksi langsung menggunakan isyarat verbal dan non-verbal seperti ekspresi wajah, bahasa tubuh, nada suara, dan kontak mata, yang menyampaikan emosi dan niat (Bratina 41) Bentuk komunikasi ini memungkinkan komunikator menangkap umpan balik secara langsung, baik secara verbal maupun non-verbal, sehingga menumbuhkan pemahaman dan hubungan yang lebih dalam antar individu.

Teknologi membantu manusia dalam melakukan Interaksi tatap muka. Menurut Newson et al. (2021) pada aspek kesejahteraan dan keterhubungan sosial menunjukkan komunikasi tatap muka lebih baik dibandingkan dengan metode komunikasi digital seperti pesan teks dan situs jejaring sosial. Sedangkan menurut Nguyen et al. (2021) Platform digital menawarkan kenyamanan dan konektivitas, interaksi tatap muka memiliki makna, kualitas lebih tinggi, dan efektif ketika menjalin hubungan sosial dan kedekatan emosional.

Yuliantini et al. (2022) mengungkapkan bahwa, pada konteks ekonomi, komunikasi tatap muka penting dalam menumbuhkan kepercayaan, keterbukaan, dan transparansi terutama mengenai kepuasan pelanggan dan kualitas layanan antara penyedia layanan dan pelanggan. Komunikasi tatap muka yang efektif, menurut Ahlaini & Santika (2021) pada kualitas layanan memiliki ciri kejelasan, keterbukaan, kebaikan, dan pertimbangan, meningkatkan kualitas interaksi dan membina hubungan positif.

Pada konteks kolaborasi tim, menurut Wattanatinnachot (2021) komunikasi tatap muka lebih efektif dibanding komunikasi menggunakan virtual. terutama dalam pengaturan tim, interaksi tatap muka awal, program pelatihan, dan latihan membangun tim membantu mengembangkan hubungan antarpribadi, kepercayaan, dan tujuan pemahaman bersama. menurutnya interaksi ini berkontribusi pada peningkatan komunikasi, keterlibatan, dan kohesi dalam tim virtual.

Pada era digital, komunikasi tatap muka tetap penting untuk dialog yang mendalam dan bermakna, keterlibatan, dan pembangunan hubungan. Menurut Baym et al. (2004) interaksi tatap muka dirasakan oleh orang-orang yang berinteraksi dengan mereka dan memiliki kualitas yang tinggi, sebanding dengan panggilan telepon, dan lebih unggul daripada interaksi online dalam hal perkembangan sosial dan emosional.

3.3.2 Panggilan Video (*Video Calls*)

Panggilan video adalah alat penting dalam komunikasi antarpribadi, karena memungkinkan individu berinteraksi baik secara audio maupun visual secara langsung. Kondisi ini memunculkan perasaan kehadiran dan koneksi meski terdapat jarak fisik. Menurut 5 Pejaska (2017)¹ penggunaan teknologi seperti panggilan video dan streaming video langsung, akan meningkatkan kekayaan dalam penggunaan saluran komunikasi.

Di masa pandemi Covid-19 menurut 5 Brown & Greenfield (2021)² panggilan video memiliki peran penting dalam hubungan antar teman dibanding menggunakan teks atau isyarat visual, sedangkan pada komunitas Pendidikan menurut 5 Krebs et al. (2020)³ panggilan video sangat berperan dalam pembelajaran jarak jauh dan meningkatkan interaksi guru dan murid melalui video konferensi. Panggilan video pada pasien lansia memiliki peran penting, menurut Zamir et al. (2018) saluran ini dimanfaatkan pada layanan kesehatan agar pasien lansia misalnya tidak merasa kesepian dengan menggunakan layanan "*Skype on Wheels*,".

Pelayanan video memiliki aspek penting, saluran ini dimanfaatkan oleh media sosial seperti Instagram dan Tiktok juga yang memberi pelayanan berupa panggilan video, memungkinkan pengguna konten dapat bertemu secara *real-time*. Demikian juga dengan saluran (media) berupa *zoom* yang selain pada masa pandemi Covid-19, hingga kini masih digunakan dalam komunikasi seperti komunikasi organisasi yang memungkinkan rapat tetap terselenggara meski memiliki jarak yang jauh. Penggunaan platform ini juga mampu menjadi penghubung bagi peserta yang berada di berbagai lokasi.

Panggilan video memiliki peran penting baik dalam komunikasi antarpribadi, yang melibatkan audiens juga interaksi sehingga mampu menghubungkan antar individu, kelompok, maupun organisasi tanpa terhambat oleh jarak dan waktu, serta memberi peran yang tak kalah penting dalam layanan Kesehatan bagi lansia.

3.3.3 Panggilan Telepon (*Phone Calls*)

Panggilan telepon merupakan aspek paling dasar dalam komunikasi antarpribadi. Saluran ini memberi kesempatan individu terlibat dalam komunikasi verbal pada waktu bersamaan, menjalin hubungan dan memberi fasilitas dalam interaksi komunikasi. Penelitian Walsh et al. (2008) mengemukakan individu yang menggunakan telepon seluler menjadikan panggilan telepon sebagai saluran komunikasi utama.

Dalam layanan kesehatan, menurut Ayieko (2018), panggilan telepon khususnya pasien HIV, memberi dampak signifikan pada tingkat kepatuhan pasien dalam menjalani perawatan. Panggilan telepon mampu mengurangi tingkat kekhawatiran pasien, serta memberi dukungan terhadap perawatan lanjutan. Senada dengan Ayieko, Teo et al. (2017), juga mengemukakan bahwa panggilan telepon mampu meningkatkan kehadiran pasien melalui panggilan telepon sebagai pengingat janji untuk melakukan perawatan.

Pada komunitas Pendidikan, panggilan telepon berpengaruh terhadap tingkat partisipasi murid. Menurut Zuckerman & Kaplan (2019), panggilan telepon mampu mendorong partisipasi siswa serta berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan dan mendorong kolaborasi pembelajaran aktif melalui penggunaan telepon seluler oleh siswa dalam merespon pertanyaan.

Panggilan telepon juga digunakan dalam penelitian. Menurut Ramirez et al. (2008) panggilan telepon digunakan sebagai metode dalam meningkatkan partisipasi pasien menjalani skrining kanker serta uji klinis. Panggilan telepon juga digunakan dalam aktivitas bisnis dengan menjawab pertanyaan pelanggan. Komunikasi melalui panggilan telepon mampu menyelesaikan masalah dan membangun hubungan melalui mendengarkan dengan empati yang meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

3.4 Jenis-Jenis Saluran (Media)

Jenis-jenis saluran (media) dari waktu ke waktu dapat dibedakan sebagai berikut:

3.4.1 Media Tradisional Cetak

1. Koran (*News Papers*)

Pada media cetak Surat kabar (koran) tersedia laporan dan komentar mengenai kejadian terkini baik berupa informasi bisnis, politik, pendidikan, dan sebagainya. Saluran media ini memberi landasan pada penyebaran informasi dalam waktu yang lama. Meski saat ini media cetak memiliki tantangan dalam memberi informasi melalui media yang harus disesuaikan pada era industri digital, namun menurut Rachmattie et al. (2022) harian Pikiran Rakyat mampu bertahan dengan identitasnya yang kaya akan sejarah.

Harian dalam bentuk cetak memiliki peran penting terutama dalam penyebaran informasi di kalangan petani. Surat kabar cetak ini masih digunakan dalam menyebarkan informasi kepada petani (Pathak & Patel, 2022). Disamping itu, Pandey (2022) menilai saluran ini juga memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi terkait isu Kesehatan dan pandemi covid-19 di India Bagian Barat.

Saluran media cetak kini pun mengikuti industri teknologi dengan menggunakan platform media surat kabar *online* agar mampu menjangkau pembaca lebih luas dan relevan. Surat kabar sedianya berinovasi dengan berusaha memenuhi kebutuhan audiens. Salah satunya dengan memberi pelayanan baik cetak maupun *online*. Hal ini agar surat kabar memiliki keunggulan selain melalui *online* juga memberi pelayanan kepada pembacanya dalam beragam kebutuhan.

Menurut Farouk (2020) Surat Kabar masih memiliki penggemar pada demografi usia lanjut yang lebih menyukai membaca surat kabar secara langsung. Kelangsungan surat kabar sangat bergantung pada saluran ini beradaptasi dengan teknologi digital yang membedakannya dengan platform *online*. Hingga saat ini Surat Kabar masih memiliki peran penting dalam penyampaian informasi yang masih relevan di era

tekologi. Kenyataan ini menunjukkan bahwa Surat Kabar idealnya beradaptasi pada era digital namun juga tetap mempertahankan pelayanannya terhadap konsumen yang membutuhkan bentuk aslinya.

2. Majalah (Magazines)

Majalah merupakan publikasi yang bersifat periodik dicetak dengan ukuran tertentu, terdiri atas beragam informasi seperti berita, hiburan, gaya hidup dan juga topik yang lebih spesifik seperti seni dan ilmu pengetahuan. Sebagai media cetak, majalah berperan dalam menyampaikan informasi dengan gaya yang beragam, menarik, mendalam, aktual, dan terkini.

Sebagai media cetak, majalah memiliki keunikan yang menarik bagi pembaca dengan informasi mendalam dan terperinci serta menyajikan visual seperti foto dan ilustrasi yang menarik. Selain itu, Majalah juga memiliki peran yang penting dalam dunia Pendidikan. Pratiwi et al. (2018) mengemukakan bahwa majalah mampu memberikan pengetahuan mendalam kepada siswa dengan penyajian gambar dan ilustrasi yang kuat. Sehingga siswa dapat memahami konsep yang kompleks dengan cara yang interaktif dan menarik.

Pada era digital, majalah juga turut melakukan perubahan dengan mengadopsi bentuk digital. Integrasi ini memungkinkan pembaca untuk mengakses daya tarik majalah dengan lebih mudah. Meski demikian menurut Suyasa & Sedana (2020) minat terhadap majalah dalam versi cetak masih tetap digemari karena keunikannya. Seperti halnya surat kabar majalah juga melayani keragaman dari pembacanya yang masih menyukai format cetak sebagai sebuah pengalaman yang bervariasi dalam mengonsumsi informasi.

Pada perkembangannya Andriyan et al. (2022) mengungkapkan majalah juga memiliki fungsi sebagai media *company profile* yang menyajikan informasi baik melalui teks yang menarik maupun visual yang atraktif, sehingga mampu

tidak hanya sebagai sumber informasi tetapi juga sebagai media yang menciptakan brand awareness dan citra perusahaan.

3. Buku

Media cetak buku merupakan bentuk publikasi yang memanfaatkan kertas sebagai penyampai pesan baik berupa pengetahuan, cerita maupun informasi. Buku cetak juga digunakan sebagai sumber belajar.

Buku cetak mempunyai kekhasan dalam penyampaian pesan. Saluran ini memberi sentuhan fisik yang berbeda dengan digital. Dengan sentuhan tersebut pembaca memiliki estetika yang sulit dipenuhi dibandingkan dengan versi digital.

Dalam Pendidikan, buku cetak merupakan sarana pembelajaran yang efektif. Amelia et al. (2022) mengemukakan bahwa buku cetak menjadi sumber belajar dan bahan referensi yang disusun terstruktur dan sistematis. Penggunaannya mampu membuat siswa memahami berbagai topik pelajaran yang kompleks.

Keunggulan lain dari buku cetak adalah tidak menggunakan teknologi untuk mengaksesnya, sehingga dapat digunakan secara praktis dan nyaman dimanapun seperti contohnya di lokasi yang belum/tidak memiliki akses internet.

Di era digital, buku cetak mengikuti transformasi yang sedianya dilakukan. Buku cetak menggunakan media digital untuk memberikan pengalaman yang lebih atraktif dan menarik. Abdillah et al. (2020) mengemukakan bahwa integrasi ini memberikan peluang baru dalam penyampaian pembelajaran yang lebih menarik dan dinamis. Buku cetak tetap mempunyai tempat dalam Pendidikan dan penerbitan serta menjadi salah satu wujud dalam pendidikan dan penerbitan terkait dengan fungsinya sebagai penyampai pengetahuan, sarana hiburan, refleksi budaya, dan juga penelitian.

3.4.2 Media *Broadcasting*

Beberapa media *broadcasting* yang telah dikenal di era tradisional dan modern akan diungkapkan dalam *sub* bab berikut:

1. Televisi

Televisi merupakan media elektronik dengan transmisi audiovisual. Televisi menjadi bagian dalam kehidupan komunikasi massa. Saluran ini menyajikan berita, pengetahuan, budaya, dan juga hiburan. Media ini merupakan sumber informasi dan hiburan yang paling utama pada abad 20

Televisi merupakan media yang mampu menjangkau masyarakat luas. Sifatnya berupa audiovisual mampu membuat pemirsa terkesima dengan program-programnya. Karena sifat tersebut, televisi harus mengikuti aturan penyiaran yang dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah agar dapat memastikan perlindungan terhadap konsumen.

Sifat audiovisual televisi yang mampu memikat pemirsa, menjadikan media ini mengandalkan pendapatannya pada iklan melalui perhitungan *rating* penonton. Televisi dengan daya tariknya menurut Lundgren & Evans (2017) mampu membentuk opini publik. Program acaranya dapat mempengaruhi agenda publik, mengarahkan pemirsa melalui program-program yang menarik dan kesan yang mendalam kepada penontonnya.

Pada era digital, televisi mempunyai tantangan beradaptasi pada perilaku pemirsanya. Di era ini muncul media sosial, yang membuat penonton televisi mengubah cara mereka menikmati media audiovisual. Dengan demikian televisi juga mengikuti pola menonton pemirsanya dengan menggunakan multi platform.

Meski memasuki era teknologi dan media sosial, menurut Ünal et al. (2018) televisi masih menjadi media hiburan, ekspersi budaya, penyampai informasi yang jitu bagi pemirsanya. Namun demikian televisi sedianya mengikuti kemajuan teknologi dengan terus berinovasi dan beradaptasi terhadap arah perubahan preferensi pemirsanya.

2. Radio

Radio merupakan salah satu bentuk komunikasi masa yang mengandalkan audio melalui gelombang radio dalam menyampaikan program informasinya untuk menjangkau pendengar.

Radio muncul pada abad 20 untuk menyebarkan berita, menghibur, dan mengekspresikan budaya. Radio juga memiliki peran penting dalam pembentukan opini publik.

Di Afrika Selatan, radio komunitas memainkan peran penting dalam penyebaran informasi untuk perempuan pedesaan. Radio berfungsi pada pemberdayaan perempuan dan pertukaran informasi (Kasim et al., 2022). Saluran ini juga masuk ke dalam kerangka peraturan yang ingin memastikan bahwa baik program siaran dan keberagamannya mematuhi standar penyiaran.

Pada era digital, radio terbukti mampu beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi melalui media sosial dan fasilitas *streaming*, pemanfaatan teknologi yang dilakukan Radio melibatkan pendengarnya sekaligus menjangkau audiens yang lebih luas (Ünal et al., 2018) Pada masa pandemi Covid-19 Radio menjadi sumber informasi pedoman Kesehatan serta dukungan kepada pendengarnya. Pandey et.al (2022)

Radio berperan penting dalam menyampaikan pesan identitas budaya, kohesi sosial, dan keterlibatan komunitas. Saluran ini mampu menjadi platform komunitas lokal menyampaikan baik inisiatif maupun pelestarian budaya Frasn (2018). Siaran radio menjadi saluran media komunikasi massa yang penting bagi keterlibatan masyarakat dalam komunitas dan mendorong dialog pada isu-isu sosial.

3. Podkes (*Podcast*)

Podkes merupakan penggabungan dari kata "ipod" dan "*broadcasting*" yang merujuk pada permintaan terhadap konten audio. Saluran ini menawarkan konten audio sesuai permintaan. Seringkali konten dilakukan dalam waktu yang panjang sehingga memungkinkan menghadirkan diskusi mendalam tentang berbagai topik.

Podkes memberikan cara bagi pengguna dalam mengakses konten audio diantaranya perpanjangan dari berita, wawancara, cerita, pendidikan, dan hiburan yang dapat diunduh untuk didengarkan dimana saja dan kapan saja.

Podkes merupakan platform multiguna terutama bagi pembuat konten dalam mengekspresikan kreativitas, berbagi informasi, dan berinteraksi yang mencakup beragam topik. Fleksibilitas podkes, membuat saluran ini dapat berbentuk serial episode, wawancara mendalam, diskusi, juga monolog solo yang memberikan pengalaman menarik bagi pendengar. Podkes dalam hal ini telah mengubah arah demokratisasi dalam memproduksi informasi yang bisa dilakukan secara mandiri baik oleh individu maupun organisasi.

Dalam dunia pendidikan, podkes telah menjadi media pembelajaran tersendiri. Saluran ini memungkinkan pembuat konten yaitu pendidik menyampaikan materi pembelajarannya dengan format menarik. Podkes mampu melengkapi pembelajaran tradisional dengan memberi pengetahuan, dengan penjelasan, perspektif beragam mata pelajaran seperti pengembangan pribadi, keterampilan, dan mata pelajaran.

Poskes dalam dunia jurnalistik menurut Prokopovic (2021) memberi pengalaman baru baik bagi pembuat konten maupun pendengar. Pembuat konten dapat mengeksplorasi isu-isu melalui cara yang lebih komunikatif dan intim. Saluran ini membuat jurnalis bereksperimen dengan Teknik bercerita dan menjalin hubungan yang lebih bermakna dengan audiensnya.

Podkes juga meluas ke berbagai bidang seperti bisnis, seni dan budaya, kesehatan, dan lain-lain. Pada dunia medis, informasi bisa mengarah pada diskusi tren pelayanan kesehatan. Sedangkan pada dunia bisnis, podkes mampu menjadi platform berwawasan industri, tips kewirausahaan dan pengembangan profesional. Podkes juga mengangkat isu seni, sastra, kemasyarakatan, musik, pertukaran budaya, serta ekspresi kreatif.

3.4.3 Komunikasi Digital

Komunikasi digital dalam saluran komunikasi terdiri atas beberapa saluran komunikasi:

1. Media Sosial

Media sosial merupakan bagian dari komunikasi modern. Saluran ini merevolusi cara berinteraksi. Munculnya media sosial mampu mengubah cara orang berkomunikasi.

Pada organisasi pemerintahan, Qhamariyah & Nurmandi (2021) mengemukakan bahwa media sosial mampu memberikan gambaran mengenai transparansi pada organisasi mereka, demikian juga saluran ini dapat digunakan dalam menyampaikan program, kebijakan, mendorong akuntabilitas dan transparansi.

Pada dunia bisnis saluran ini menurut Li & Leonidou (2020) mampu mendorong aktivitas penjualan dengan berinteraksi kepada pelanggan melalui kesadaran akan merek. Komunikasi yang dilakukan kalangan pebisnis melalui saluran ini termasuk pembuatan konten, keterlibatan pelanggan, dan kemitraan *influencer*. Media sosial digunakan untuk memaksimalkan bisnis mereka dengan terhubung dengan target audiens, juga membangun loyalitas merek.

Pada masa krisis, *platform* media sosial seperti *Twitter* dan *Facebook* menurut Mitcham et al. (2021) memberi pengalaman baru mengenai peringatan darurat, dan dukungan selama bencana. Saluran ini juga berperan penting dalam komunikasi krisis dan keselamatan publik. Sedangkan menurut Huffman et al. (2023) media sosial pada *platform* bidang kesehatan, memiliki peran penting dalam menyebarkan tips Kesehatan dan keterhubungan dengan pasien.

2. Konferensi Melalui Video

Konferensi video menjadi alat penting dalam melakukan aktivitas komunikasi, kolaborasi, dan pembelajaran, terutama pada masa pandemi Covid-19. Menurut Amin & Sundari (2020) peningkatan penggunaan media konferensi video sangat berperan terutama pada masa pandemi Covid-19. Penggunaan

saluran ini memungkinkan dilakukan dengan menjembatani kesenjangan akibat pembatasan sosial dan perjalanan.

Pada bidang Pendidikan, konferensi video merupakan komponen kunci dalam pembelajaran jarak jauh. Saluran ini menurut Li et al. (2020) menjadi sangat penting terutama pada saat pembelajaran jarak jauh di masa pandemi Covid-19. Konverensi melalui video juga berperan penting pada Pendidikan di bidang kedokteran melalui pembacaan radiologi secara virtual. Demikian juga konferensi video mampu memfasilitasi ruang kelas virtual sehingga memungkinkan siswa berinteraksi dari jarak jauh.

3. Pesan Singkat

Pesan singkat merupakan pesan yang disampaikan melalui teks. Saluran ini memiliki peran yang penting dalam berkomunikasi dan berkolaborasi baik dalam bidang pelayanan kesehatan, bisnis, pendidikan, dan interaksi pribadi.

Pesan singkat pada bidang medis menurut Li et al. (2020) memungkinkan pasien lebih disiplin dalam menjalani perawatan, sehingga memudahkan petugas medis untuk terus memantau perkembangan pasien. Pada dunia Pendidikan pesan singkat digunakan dalam siswa menjawab soal yang diberikan dan meningkatkan partisipasi serta aktivitas siswa.

4. Surat Elektronik (E-Mail)

Surat elektronik atau *electronic mail* (e-mail) merupakan bentuk komunikasi elektronik yang banyak digunakan yang telah mengubah interaksi antar individu dan organisasi.

Dalam penelitian ilmiah, email memfasilitasi komunikasi antar peneliti. Dalam komunikasi menurut Bouvier (2024) meski email memfasilitasi komunikasi di dalam perusahaan, namun penggunaan email berpengaruh terhadap tingkat stres dan penurunan kepuasan kerja di kalangan karyawan. Pada bidang penerimaan teknologi, ketakutan komunikasi menurut 6 Dahabiyeh et al. (2020), ketakutan dan kecemasan mempengaruhi tingkat adopsi terhadap teknologi termasuk email.

Menurut Shah (2024) email banyak digunakan oleh penyedia layanan sebagai alat dalam menyampaikan ikhtisar penelitian, memperoleh persetujuan berdasarkan informasi, dan memfasilitasi komunikasi antara pasien dan dokter. Platform email juga digunakan untuk komunikasi dan penyebaran informasi, yang mampu meningkatkan kolaborasi, menyederhanakan proses penelitian, dan meningkatkan keterlibatan peserta dalam uji klinis.

3.5 Media Komunikasi di Masa Depan

Di masa depan kondisi media komunikasi berubah dan berfokus pada beberapa isu yang berpengaruh pada komunikasi sebagai berikut:

3.5.1 Teknologi Bakalan (*Emerging Technologies*)

Teknologi yang berkembang secara signifikan mempengaruhi masa depan komunikasi media, menghadirkan peluang dan tantangan dalam cara informasi dibagikan, dikonsumsi, dan digunakan. Kemajuan teknologi informasi yang terus-menerus menurut Li (2023) membentuk kembali lanskap media, mengarah pada pembentukan platform seperti Media Bakalan (*Emerging Media*), yang bertujuan mendorong pertukaran akademis dan menangani berbagai aspek terkait teknologi, isu, metode, teori, praktik, dan industri yang sedang berkembang.

Salah satu aspek penting dari teknologi baru dalam komunikasi media adalah penggunaan alat-alat media sosial. Platform media sosial menawarkan kemampuan unik yang memungkinkan pengguna berinteraksi, berbagi informasi, dan berpartisipasi dalam diskusi *real-time*.

Teknologi virtual dan kecerdasan buatan akan semakin berkembang dan diterapkan di berbagai industri seperti pemasaran, pendidikan, dan hiburan, menyediakan cara-cara inovatif untuk melibatkan pemirsa dan penyampaian konten. Teknologi digital dalam pendidikan, menekankan pentingnya memanfaatkan alat-alat ini untuk pembelajaran jarak jauh dan memastikan kelangsungan pendidikan selama krisis.

Di bidang jurnalisme, teknologi baru telah mengubah praktik pelaporan berita dan keterlibatan audiens. Konvergensi media baru

dan tradisional memengaruhi pembuatan, distribusi, dan konsumsi konten berita. Sementara itu, kecerdasan buatan, realitas virtual, dan antarmuka yang dikontrol suara akan mengubah pengalaman dalam menggunakan media.

3.5.2 Personalisasi (Personalization)

Personalisasi dalam hal ini diterjemahkan sebagai saluran komunikasi yang akan memfokuskan pada konten dan layanan dengan membidik target berdasarkan preferensi dan perilaku individu.

Personalisasi dalam konteks masa depan komunikasi media memainkan peran penting dalam menyesuaikan konten dan pesan dengan preferensi dan karakteristik individu. Konsep personalisasi telah berkembang menjadi tema sentral. Dalam komunikasi politik dan pemasaran misalnya, konten disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan audiens.

Di bidang pemasaran, iklan yang dipersonalisasi muncul sebagai alat yang jitu dalam menyampaikan pesan individual kepada konsumen yang bertujuan menciptakan interaksi lebih bermakna dan berdampak. Dengan memanfaatkan data dan teknologi, pemasar melakukan segmentasi audiens, menyesuaikan konten agar sesuai dengan setiap individu, yang akan efektif dalam kampanye periklanan dan mendorong keterlibatan konsumen.

Konten akan berfokus pada pesan yang bersifat individual. Organisasi dalam hal ini dapat membangun hubungan yang lebih dalam dengan target audiens, yang akan menghasilkan tingkat keterlibatan dan konversi lebih tinggi dibanding dengan komunikasi massa pada umumnya.

Di bidang politik, penggunaan *platform* media sosial memberikan kesempatan politisi langsung berkomunikasi secara personal dengan pemilihnya. Politisi mempersonalisasi pesan-pesan, berbagi kehidupan pribadi mereka, berinteraksi dengan pemilih pada tingkat yang lebih individual, dan membina hubungan yang lebih kuat dengan para pemilih.

Pergeseran menuju personalisasi dalam politik menunjukkan semakin penting *personal branding* dan pesan yang

disesuaikan dalam membentuk persepsi publik yang akan mempengaruhi perilaku pemilih.

Personalisasi komunikasi politik juga meluas melalui kampanye media sosial. Politisi memanfaatkan *platform* seperti *Twitter* untuk berbagi wawasan pribadi dan terhubung dengan pengikutnya pada tingkat yang lebih intim. Mereka mengungkapkan informasi pribadi dan terlibat dalam interaksi otentik, politisi dapat meningkatkan kesukaan dan kredibilitas mereka, yang akan mempengaruhi niat dan persepsi pemilih.

Dalam dunia *branding*, konsep kepribadian merek semakin menonjol, dengan fokus pada ciri-ciri kepribadian yang terkait dengan suatu merek untuk membedakan dengan merek lainnya, menciptakan *positioning* yang unik, beresonansi dengan konsumen dan menumbuhkan loyalitas.

Personalisasi dalam komunikasi media mewakili perubahan paradigma menuju pesan yang disesuaikan. Dengan menerapkan strategi personalisasi dalam pemasaran, politik, branding, dan praktik komunikasi, organisasi dan individu dapat menciptakan hubungan yang lebih bermakna, mendorong keterlibatan, dan membentuk masa depan komunikasi media dengan cara yang lebih personal dan berdampak.

3.5.3 Pengalaman Mendalam (*Immersive Experiences*)

Penyampaian konten yang interaktif dan menarik mampu memikat audiens dan meningkatkan pengalaman belajar. Teknologi Realitas Virtual menyajikan simulasi pengalaman mendalam dan realistis yang mengaburkan batas antara dunia fisik dan digital.

Di bidang pendidikan, teknologi ini membentuk pendekatan pembelajaran tradisional dengan menawarkan kesempatan belajar langsung dan berdasarkan pengalaman kepada siswa, yang akan meningkatkan pemahaman dan retensi konsep-konsep yang kompleks, menjadikan pembelajaran lebih menarik dan interaktif. Menurut Rahmawati et al. (2022) pengalaman pembelajaran berbasis realitas virtual, meningkatkan motivasi dan minat siswa pada mata pelajaran seperti matematika dan sains.

Integrasi teknologi berbasis realitas virtual memfasilitasi penciptaan laboratorium dan simulasi *virtual*, memungkinkan siswa

mengeksplorasi dan berinteraksi dengan konsep-konsep yang menantang. Menurut Mahendra et al. (2022) siswa yang memanfaatkan teknologi dengan pengalaman mendalam, meningkatkan proses pembelajaran, memenuhi beragam gaya belajar, sehingga meningkatkan hasil siswa dan retensi pengetahuan.

Di sektor kesehatan, teknologi realitas virtual digunakan untuk melatih para profesional medis meningkatkan perawatan pasien melalui simulasi realistis. Menurut penelitian Apsari (2023) simulasi ini memungkinkan praktisi layanan kesehatan mempraktikkan prosedur, pembedahan, dan interaksi pasien di lingkungan yang aman, sehingga meningkatkan keterampilan dan kepercayaan diri mereka

Penerapan realitas virtual dalam pelestarian budaya dan konservasi warisan juga terbukti signifikan. Wibowo et al. (2022) mengungkapkan bahwa dengan memanfaatkan teknologi yang pengalaman yang mendalam ini, institusi budaya dapat menawarkan pengalaman virtual yang mengantarkan pengguna ke bangunan bersejarah dan artefak, melestarikan warisan budaya dan menjadikannya dapat diakses secara global, sehingga mampu mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan sejarah dan artefak budaya, dan memberikan dimensi baru untuk belajar dan eksplorasi.

Teknologi Realitas Virtual menurut Noriza & Rohmah (2022) berperan penting dalam meningkatkan kreativitas dan keterlibatan di berbagai bidang seperti seni, sastra, dan *game*. Teknologi ini merangsang kreativitas, menginspirasi inovasi, dan menawarkan jalan baru untuk ekspresi artistik.

Saluran media komunikasi di masa depan menawarkan mode penyampaian konten yang interaktif, menarik, dan dilakukan dengan pendekatan personal. Teknologi ini merevolusi cara informasi disajikan, dialami, dan dibagikan, membuka jalan bagi lanskap media yang lebih interaktif dan menarik. Pengisahan cerita yang interaktif dan mendalam yang mengaburkan batas antara dunia digital dan fisik.

3.5.4 Pemberdayaan Khalayak

Komunikasi media di masa depan ditandai dengan perubahan paradigma menuju pelibatan khalayak secara aktif dan partisipatif. Khalayak tidak lagi hanya menjadi penerima pasif namun juga menjadi kontributor aktif pada keterlibatan, diseminasi, dan pembuatan konten.

Pemberdayaan ini difasilitasi dengan berkembangnya media sosial dan platform digital yang membuat individu berbagi pendapat, membuat konten, bahkan mempengaruhi wacana publik. Dengan melibatkan khalayak dalam proses pembuatan konten, media dapat memanfaatkan kecerdasan kolektif dan kreativitas komunitas khalayak, yang pada akhirnya menghasilkan konten yang menarik dan relevan.

Pemberdayaan khalayak berkaitan erat dengan budaya partisipatif. Individu secara sukarela dan aktif melibatkan diri dalam konten media, mengolahnya, dan membagikannya. Media sosial seperti TikTok merupakan salah satu platform yang menjadi contoh bagaimana pengguna mengolah konten dan membagikannya. Meski demikian Jones (2023) mengungkapkan bahwa perilaku ini mengaburkan batas antara produsen dan konsumen, model pemberdayaan ini memungkinkan khalayak membentuk narasi, menantang wacana dominan, dan mengekspresikan perspektif unik mereka.

Terlepas dari pendapat Jones, menurut Wasono (2022) dalam konteks komunikasi krisis, media sosial muncul sebagai alat jitu dalam pemberdayaan khalayak, yang membuat mereka berbagi pengalaman, mencari informasi, dan memberikan dukungan selama masa krisis. Khalayak berpartisipasi membentuk narasi, memobilisasi sumber daya, dan menyebarkan informasi sehingga memberdayakan diri mereka dan orang lain di media sosial.

Konsep ini juga meluas ke bidang personal branding di media sosial. Individu berinteraksi dan menyusun persona *online* mereka dengan pengikut, membangun merek pribadi. Pemberdayaan ini juga bersinggungan dengan gagasan publik berjejaring. Khalayak menjadi partisipan aktif dalam mempengaruhi perubahan sosial dan membentuk wacana publik.

Melalui berbagai studi yang dilakukan, dapat terlihat pentingnya memilih saluran komunikasi yang tepat yang sesuai dengan konteks, seperti pengembangan sistem komunikasi yang berbasis tipe data, pemanfaatan saluran komunikasi inovatif dalam layanan kesehatan dan *telecommuting*, saluran komunikasi pada bidang pendidikan, media massa, dan lain-lain. Saluran komunikasi merupakan metode dan media yang digunakan individu untuk bertukar informasi, ide, dan pesan. Komunikasi efektif memerlukan pemahaman mendalam mengenai konteks dan karakteristik saluran komunikasi yang digunakan serta mempertimbangkan lingkungan pribadi maupun profesional.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah A., Degeng I., & Husna A.. Pengembangan buku suplemen dengan teknologi 3d augmented reality sebagai bahan belajar tematik untuk siswa kelas 4 sd. *Jurnal Inovasi Dan Teknologi Pembelajaran* 2020;6(2):111-118. <https://doi.org/10.17977/um031v6i22020p111>
- Adi Wasono. Simplified social mediated crisis communication model during crisis in indonesia: a case study on how customers of indonesia commuter line train company seek information on a train delay due to the double track trial on april 12, 2019. *Kne Social Sciences* 2020. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i14.7887>
- Ahlaini M., Pangestu U., & Santika F.. Effectiveness of principals interpersonal communication: a literature review. *International Journal of Research and Innovation in Social Science* 2021;05(05):298-303. <https://doi.org/10.47772/ijriss.2021.5515>
- Amelia S., Wedi A., & Husna A.. Pengembangan modul berbantuan teknologi augmented reality dengan puzzle pada materi bangun ruang. *JKTP Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan* 2022;5(1):62-71. <https://doi.org/10.17977/um038v5i12022p062>
- Amin F. and Sundari H.. Efl students' preferences on digital platforms during emergency remote teaching: video conference, lms, or messenger application?. *Studies in English Language and Education* 2020;7(2):362-378. <https://doi.org/10.24815/siele.v7i2.16929>
- Apsari A.. Virtual reality effectivity to increase self-efficacy in suction skill among nursing student: quasi experiment study. *Journal of Nursing Care* 2023;6(2). <https://doi.org/10.24198/jnc.v6i2.44333>
- Andriyan W., Agustine F., & Relawati D.. Desain majalah sebagai media company profile pada pt uman surya alam. *Mavib Journal* 2022;3(1):63-73. <https://doi.org/10.33050/mavib.v3i1.1801>

- Ayieko J., Petersen M., Rie A., Wafula E., Opudo W., Clark T. et al.. Effect of a patient-centered phone call by a clinical officer at time of hiv testing on linkage to care in rural kenya. *Open Forum Infectious Diseases* 2018;5(6). <https://doi.org/10.1093/ofid/ofy126>
- Baym N., Zhang Y., & Lin M.. Social interactions across media. *New Media & Society* 2004;6(3):299-318. <https://doi.org/10.1177/1461444804041438>
- Benis A., Barkan R., Sela T., & Harel N.. Communication behavior changes between patients with diabetes and healthcare providers over 9 years: retrospective cohort study. *Journal of Medical Internet Research* 2020;22(8):e17186. <https://doi.org/10.2196/17186>
- Bouvier D.. An empirical study on email use, stress, and employee job satisfaction. *Human Technology* 2024;20(1):45-69. <https://doi.org/10.14254/1795-6889.2024.20-1.3>
- Bratina T.. Digital devices and interpersonal communication over time. *Revija Za Elementarno Izobraževanje* 2023:425-439. <https://doi.org/10.18690/rei.2958>
- Brown G. and Greenfield P.. Staying connected during stay-at-home: communication with family and friends and its association with well-being. *Human Behavior and Emerging Technologies* 2021;3(1):147-156. <https://doi.org/10.1002/hbe2.246>
- Dahabiyeh L., Najjar M., & Agrawal D.. The effect of risk levels on technology adoption decision: the case of online games. *Information Technology and People* 2020;33(5):1445-1464. <https://doi.org/10.1108/itp-09-2019-0455>
- Farouk S. Impact of web content on profitability and market share of publishing business in uae. *Global Journal of Information Technology Emerging Technologies* 2020;10(2):60-71. <https://doi.org/10.18844/gjit.v10i2.4705>
- Fras J. Unifying voices, creating publics: the uses of media form in contemporary jordanian radio. *British Journal of Middle Eastern Studies* 2018;47(2):320-342. <https://doi.org/10.1080/13530194.2018.1491830>
- Huffman S., Hetzler P., Baker S., Vercler C., & Fan K.. Parents'

- perceptions of social media use by pediatric plastic surgeons. *Plastic & Reconstructive Surgery* 2023;153(4):887-893. <https://doi.org/10.1097/prs.00000000000010589>
- Jones C.. How to train your algorithm: the struggle for public control over private audience commodities on tiktok. *Media Culture & Society* 2023;45(6):1192-1209. <https://doi.org/10.1177/01634437231159555>
- Kasim S., Moita S., Bahtiar B., Wang L., & Masrul M.. Potret keterwakilan politik perempuan diparlemen dan faktor-faktor penghambatnya. *Jurnal Neo Societal* 2022;7(2):78. <https://doi.org/10.52423/jns.v7i2.24539>
- Krebs C., Loizzo J., Stone W., & Telg R.. Scientist online: entomologists' experiences engaging with school audiences through skype in the classroom. *Frontiers in Communication* 2020;5. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2020.576593>
- Li B.. Emerging media: opening a new era in future communication. *Emerging Media* 2023;1(1):5-8. <https://doi.org/10.1177/27523543231205343>
- Li C., Rajamohan A., Acharya P., Liu C., Patel V., Go J.et al.. Virtual read-out: radiology education for the 21st century during the covid-19 pandemic. *Academic Radiology* 2020;27(6):872-881. <https://doi.org/10.1016/j.acra.2020.04.028>
- Li F., Larimo J., & Leonidou L.. Social media marketing strategy: definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science* 2020;49(1):51-70. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00733-3>
- Lundgren L. and Evans C.. Producing global media memories: media events and the power dynamics of transnational television history. *European Journal of Cultural Studies* 2017;20(3):252-270. <https://doi.org/10.1177/1367549416682240>
- Mahendra A., Wedi A., & Husna A.. Pengembangan desktop virtual reality arsitektur dan seni bangunan peninggalan hindu-buddha di indonesia. *JKTP Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan* 2022;5(4):412. <https://doi.org/10.17977/um038v5i42022p412>

- Mitcham D., Taylor M., & Harris C.. Utilizing social media for information dispersal during local disasters: the communication hub framework for local emergency management. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 2021;18(20):10784. <https://doi.org/10.3390/ijerph182010784>
- Newson M., Zhao Y., Zein M., Sulik J., Dezechache G., Deroy O.et al.. Digital contact does not promote wellbeing, but face-to-face contact does: a cross-national survey during the covid-19 pandemic. *New Media & Society* 2021;26(1):426-449. <https://doi.org/10.1177/14614448211062164>
- Nguyen M., Gruber J., Marler W., Hunsaker A., Fuchs J., & Hargittai E.. Staying connected while physically apart: digital communication when face-to-face interactions are limited. *New Media & Society* 2021;24(9):2046-2067. <https://doi.org/10.1177/1461444820985442>
- Noriza P. and Rohmah S.. Literatur riviw: efektifitas penggunaan augmented reality sebagai media dalam pembelajaran. *J-Simbol Jurnal Magister Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia* 2022;10(2). <https://doi.org/10.23960/j-simbol/v10i2.2022.03>
- Pandey H., Kumar S., & Dixit P.. Diffusion of coronavirus and awareness among the people of western india: analyses the role of print media. *Indian Journal of Community Health* 2022;34(2):322-323. <https://doi.org/10.47203/ijch.2022.v34i02.033>
- Pathak S. and Patel M. Farmers perception about print media in agricultural information dissemination: a review. *Bhartiya Krishi Anusandhan Patrika* 2022(Of). <https://doi.org/10.18805/bkap544>
- Pejoska J., Reponen S., Virnes M., & Leinonen T.. Mobile augmented communication for remote collaboration in a physical work context. *Australasian Journal of Educational Technology* 2017;33(6). <https://doi.org/10.14742/ajet.3622>
- Pratiwi N., Gardjito G., & Hamidah A.. Pengembangan majalah biologi sebagai media pembelajaran pada pokokbahasan protista kelas x mia di sma n 7 kota jambi. *Biodik* 2018;3(1):27-34.

- <https://doi.org/10.22437/bio.v3i1.4880>
Prokopovic A. Podcasts and journalism. *Media Studies and Applied Ethics* 2021;2(2):19-31.
<https://doi.org/10.46630/msae.2.2021.02>
- Qhamariyah S. and Nurmandi A. Communication effectiveness of surabaya city government through twitter and facebook. *Dia Jurnal Ilmiah Administrasi Publik* 2021;19(1):170-182.
<https://doi.org/10.30996/dia.v19i1.5117>
- Rahmawati N., Buchori A., & Ghoffar M.. The effectiveness of using virtual reality-based mathematics learning media with an ethnomathematical approach. *Kne Social Sciences* 2022.
<https://doi.org/10.18502/kss.v7i14.12050>
- Rachmiatie A., K. S., Sobur A., & Putri D.. How the print media industry survived in the digital era. *Jurnal Aspikom* 2022;7(1):1. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v7i1.1013>
- Ramirez A., Miller A., Gallion K., Majors S., Chalela P., & Arámburo S.. Testing three different cancer genetics registry recruitment methods with hispanic cancer patients and their family members previously registered in local cancer registries in texas. *Public Health Genomics* 2008;11(4):215-223.
<https://doi.org/10.1159/000116882>
- Shah N.. Pragmatic trial of messaging to providers about treatment of hyperlipidemia (prompt-lipid): a randomized clinical trial. *Circulation Cardiovascular Quality and Outcomes* 2024;17(5).
<https://doi.org/10.1161/circoutcomes.123.010335>
- Smith S., Patmos A., & Pitts M.. Communication and teleworking: a study of communication channel satisfaction, personality, and job satisfaction for teleworking employees. *International Journal of Business Communication* 2015;55(1):44-68.
<https://doi.org/10.1177/2329488415589101>
- Starkey G.. Radio studies: the sound and vision of an established medium in the digital age. *Sociology Compass* 2012;6(11):845-855. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2012.00499.x>
- Suyasa I. and Sedana I.. Mempertahankan eksistensi media cetak di tengah gempuran media online. *Jurnal Komunikasi Dan*

- Budaya 2020;1(1):56-64.
<https://doi.org/10.54895/jkb.v1i1.314>
- Teo A., Forsberg C., Marsh H., & Dobscha S.. No-show rates when phone appointment reminders are not directly delivered. *Psychiatric Services* 2017;68(11):1098-1100.
<https://doi.org/10.1176/appi.ps.201700128>
- Unal S., Binark M., & Çetindağ S. New broadcasting ecosystem and the second screen phenomenon in turkey: case study on the serial insider. *Observatorio (Obs*)* 2018.
<https://doi.org/10.15847/obsobs0001281>
- Walsh S., White K., Hyde M., & Watson B.. Dialling and driving: factors influencing intentions to use a mobile phone while driving. *Accident Analysis & Prevention* 2008;40(6):1893-1900. <https://doi.org/10.1016/j.aap.2008.07.005>
- Wattanatinachot K.. Team members' perspectives on factors affecting virtual team working in information technology consulting firms. *Asia Social Issues* 2021;15(3):251656.
<https://doi.org/10.48048/asi.2022.251656>
- Wibowo J., Februariyanti H., & Utomo M.. Media pembelajaran pengenalan gedung bersejarah spiegel semarang menggunakan augmented dan virtual reality. *Jurnal Dinamika Informatika* 2022;13(1):55-62.
<https://doi.org/10.35315/informatika.v13i1.8923>
- Yuliantini Y., Sihombing S., Octora T., Saribanon E., & AR M.. Services quality of ship agency and services interpersonal communication in shipping companies. *Devotion Journal of Research and Community Service* 2022;3(8):699-706.
<https://doi.org/10.36418/dev.v3i08.171>
- Zamir S., Hennessy C., Taylor A., & Jones R.. Video-calls to reduce loneliness and social isolation within care environments for older people: an implementation study using collaborative action research. *BMC Geriatrics* 2018;18(1).
<https://doi.org/10.1186/s12877-018-0746-y>
- Zuckerman M. and Kaplan B.. Effect of audience response system on morbidity and mortality conference engagement. *Mededpublish* 2019;8:217.
<https://doi.org/10.15694/mep.2019.000217.1>

BAB 4

KONTEKS KOMUNIKASI

Oleh Yogi Muhammad Yusuf

4.1 Pendahuluan

Konteks komunikasi merupakan situasi atau latar belakang di mana suatu komunikasi terjadi. Konteks sangat penting dalam memaknai pesan yang disampaikan, karena konteks dapat mempengaruhi interpretasi penerima terhadap pesan tersebut (West and Turner, 2012).

Konteks komunikasi ini bersifat situasional artinya proses komunikasinya dibatasi oleh beberapa faktor antara lain jumlah personal yang akan melakukan komunikasi, media yang digunakan dalam komunikasi, sifat umpan baliknya serta jarak interaksinya.

4.2 Jenis Konteks Komunikasi

Pemahaman tentang konteks-konteks komunikasi ini penting untuk memahami dinamika komunikasi dalam berbagai situasi dan menerapkan strategi komunikasi yang sesuai. Dalam studi komunikasi, terdapat beberapa jenis konteks komunikasi yang diidentifikasi berdasarkan lingkup dan jumlah partisipan yang terlibat. Konteks-konteks tersebut antara lain komunikasi intrapersonal, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi massa dan komunikasi budaya (DeVito, 2011).

A. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, seperti proses berpikir, mengingat, memaknai, dan membuat keputusan. Konteks ini menekankan pada proses internal dalam diri seseorang (Adler and Proctor II, 2020).

Individu berperan sebagai komunikator dan juga komunikan, dimana bahasa dan pikiran seseorang digunakan secara internal. Proses komunikasi secara internal itu

dinamakan dengan “*self talk*” yang artinya sebuah aktifitas individu atau seseorang dalam berfikir, menafsirkan sebuah peristiwa, menanggapi pengalaman yang pernah dialaminya dan menanggapi interaksi dengan orang lain (Liliweri, 2011).

Ada beberapa komponen dalam komunikasi intrapersonal (Beebe, Beebe and Ivy, 2019):

1. Persepsi, proses di mana individu mengorganisasikan dan memaknai informasi sensorik yang diterima.
2. Kognisi, proses mental seperti berpikir, mengingat, memecahkan masalah, dan membuat keputusan.
3. Emosi, reaksi internal terhadap pengalaman yang dialami, yang dapat memengaruhi proses komunikasi.
4. Motivasi, dorongan internal yang menggerakkan individu untuk berperilaku dan mencapai tujuan tertentu

Contoh konkret dalam komunikasi intrapersonal adalah saat kita berdialog dengan diri sendiri untuk mempertimbangkan berbagai pilihan, memikirkan konsekuensinya hingga mengambil keputusan. Selain itu, merenungkan pengalaman, merefleksikan apa yang telah terjadi, menganalisis perasaan dan pemikirannya, hingga membuat catatan harian atau *journaling* juga merupakan hal yang dikategorikan sebagai komunikasi intrapersonal.

Pemahaman yang mendalam tentang komunikasi intrapersonal dapat membantu individu mengembangkan kemampuan komunikasi yang lebih efektif, baik dalam konteks interpersonal maupun dalam konteks-konteks komunikasi lainnya.

B. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah proses komunikasi yang terjadi secara langsung antara dua orang atau lebih yang saling bertatap muka. Konteks ini melibatkan pertukaran informasi, perasaan, dan makna antara orang-orang yang saling berinteraksi (DeVito, 2016).

Konsep dari komunikasi antarpribadi atau interpersonal ini berfungsi sebagai pembentukan identitas diri dengan menjalin hubungan dengan lingkungannya. Komunikasi antarpribadi

juga dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu, seperti mempengaruhi orang lain dan membantu individu dalam mengelola serta menyelesaikan konflik.

Ada beberapa karakteristik yang kerap dilakukan dalam komunikasi antarpribadi, seperti komunikasi tatap muka agar mendapatkan umpan balik secara cepat dan langsung. Komunikasi antarpribadi juga bersifat personal dan cenderung tidak terstruktur dan spontan (Beebe, Beebe and Ivy, 2019).

Komunikasi antarpribadi terkadang berjalan dengan tidak efektif karena kendala psikis, fisik, fisiologis dan juga semantik. Agar komunikasi antarpribadi dapat berjalan dengan efektif, berikut hal yang dapat dilakukan (DeVito, 2016):

1. Keterbukaan (*Openness*)

Kesediaan untuk membuka diri dan menyam-paikan informasi yang relevan merupakan salah satu kunci paling efektif. Individu diharuskan menerima umpan balik dengan pikiran terbuka dan merespon secara tepat. Tanpa adanya keterbukaan dalam proses komunikasi membuat lawan bicara tidak mengetahui apa yang diharapkan oleh sumber pesan.

2. Sikap Positif (*Positiveness*)

Saat melakukan komunikasi antarpribadi sangat penting untuk berpikiran positif dengan lawan bicara. Apabila seseorang sudah berpikiran negatif terlebih dahulu maka pesan yang disampaikan akan dianggap bohong dan akal-akalan saja. Maka sikap positif ini dapat memiliki pandangan yang optimis dan konstruktif terhadap diri sendiri dan orang lain.

3. Dukungan (*Supportiveness*)

Bersifat suportif dan memberikan dukungan kepada lawan bicara dalam mencapai tujuannya menjadikan komunikasi lebih efektif. Faktor dukungan ini juga menciptakan suasana yang tidak mengancam dan nyaman untuk lawan bicara dalam menyampaikan pesannya.

4. Empati (*emphaty*)

Kemampuan untuk merasakan dan memahami perspektif serta perasaan orang lain. Menunjukkan pemahaman dan kepedulian terhadap lawan bicara.

5. Kesetaraan (*equality*)

Memperlakukan lawan bicara sebagai rekan yang setara diperlukan untuk membuat komunikasi yang efektif. Komunikator hendaknya menghindari dominasi atau superioritas dalam berinteraksi dengan komunikan.

Dengan menerapkan hal tersebut ini, komunikasi antarpeibadi dapat menjadi lebih efektif dalam membangun hubungan yang positif dan saling menguntungkan.

C. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok kecil adalah proses komunikasi yang terjadi dalam kelompok yang terdiri dari 3 hingga 20 orang yang menekankan pada dinamika interaksi dalam kelompok (Beebe, Beebe and Ivy, 2019). Komunikasi kelompok biasanya terjadi pada saat rapat, *briefing*, *focus group discussion* pada saat melakukan *brainstorming*.

Komunikasi kelompok memiliki fungsi untuk memecahkan masalah dengan mengumpulkan berbagai perspektif dan pemikiran untuk menyelesaikan masalah secara kolaboratif. Komunikasi kelompok memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih komprehensif dan matang, serta dapat memfasilitasi koordinasi dan pembagian tugas di antara anggota.

Komunikasi kelompok merupakan aspek penting dalam pengambilan keputusan, dan penyelesaian masalah secara kolaboratif. Pemahaman yang baik tentang konsep-konsep ini dapat membantu individu dan kelompok dalam berkomunikasi secara lebih efektif.

Komunikasi kelompok memiliki beberapa karakteristik unik yang membedakannya dari bentuk komunikasi lain, antara lain:

1. Interaksi tatap muka

Komunikasi kelompok umumnya melibatkan interaksi tatap muka di antara anggota kelompok, sehingga memungkinkan adanya umpan balik langsung, ekspresi

wajah, dan bahasa tubuh. Karakteristik ini memfasilitasi pemahaman yang lebih baik di antara anggota.

2. Interdependensi

Anggota kelompok saling bergantung satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama. Mereka harus berkoordinasi, berbagi informasi, dan bekerja sama untuk menyelesaikan tugas kelompok. Interdependensi ini mempengaruhi pola komunikasi yang terjadi.

3. Ukuran kelompok yang kecil

Komunikasi kelompok biasanya melibatkan jumlah anggota yang relatif kecil, umumnya antara 3-12 orang. Ukuran kelompok yang kecil memudahkan partisipasi aktif dan pertukaran informasi di antara anggota.

4. Tujuan Bersama

Anggota kelompok memiliki tujuan, tugas, atau kepentingan yang sama, yang mendorong mereka untuk berinteraksi dan berkomunikasi. Tujuan bersama ini menjadi pemersatu dan motivasi bagi anggota kelompok.

5. Dinamika kelompok

Komunikasi kelompok melibatkan dinamika yang kompleks, seperti kepemimpinan, norma, konflik, dan kohesi. Proses komunikasi dalam kelompok akan dipengaruhi oleh dinamika tersebut (Adler and Rodman, 2017).

Komunikasi kelompok dapat terjadi dalam berbagai konteks, seperti kelompok formal, informal, tugas, maupun sosial. Contohnya seperti diskusi kelompok antar mahasiswa atau rapat tim proyek yang meliputi anggota untuk mengidentifikasi masalah dan membuat koordinasi rencana Tindakan selanjutnya.

D. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang terjadi dalam konteks organisasi, baik formal maupun informal, yang melibatkan individu, kelompok, dan sistem dalam organisasi (Robbins and Judge, 2017).

Komunikasi organisasi melibatkan pertukaran informasi, baik secara formal melalui saluran yang telah ditetapkan, maupun secara informal melalui jaringan yang terbentuk secara alami di antara anggota. Komunikasi ke bawah, dari pimpinan kepada karyawan, berfungsi untuk memberikan instruksi, informasi, dan umpan balik. Sementara komunikasi ke atas, dari karyawan kepada pimpinan, memungkinkan masukan, saran, dan pelaporan. Komunikasi horisontal antara rekan kerja pada level yang sama memfasilitasi koordinasi dan berbagi informasi. Komunikasi diagonal antara karyawan dari departemen atau level yang berbeda juga diperlukan untuk memastikan integrasi (Kreps, 2020).

Namun, komunikasi organisasi tidak selalu berjalan mulus. Perbedaan persepsi, kurangnya kepercayaan, distorsi informasi, dan arus komunikasi yang terhambat dapat menjadi hambatan. Organisasi yang efektif harus mampu mengelola komunikasi dengan baik, memanfaatkan teknologi komunikasi yang tepat, dan membangun budaya komunikasi yang mendukung pencapaian tujuan bersama.

Dalam menghadapi perubahan, komunikasi memegang peranan penting. Melalui komunikasi dua arah yang terbuka dan transparan, organisasi dapat mengurangi resistensi terhadap perubahan dan memfasilitasi proses transformasi dengan lebih baik. Dengan demikian, komunikasi organisasi yang efektif menjadi kunci bagi organisasi untuk mencapai efisiensi, produktivitas, dan daya saing yang unggul.

Berbeda dengan kelompok, komunikasi organisasi bersifat lebih formal untuk mengambil keputusan penting, contohnya seperti rapat manajemen tingkat atas yang meliputi para eksekutif senior, tim pemasaran yang melakukan presentasi produk baru, hingga komunikasi internal organisasi dengan menggunakan saluran komunikasi internal seperti email, forum dan intranet.

E. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang melibatkan media massa, seperti televisi, radio, surat kabar, dan

internet, untuk menyampaikan pesan kepada audiens yang luas dan heterogen (Baran and Davis, 2018). Berbeda dengan komunikasi interpersonal atau komunikasi organisasi internal, komunikasi massa bersifat satu arah, dari komunikator kepada audiens yang tersebar secara geografis.

Meskipun demikian, komunikasi massa memiliki jangkauan yang luas dan mampu menyentuh berbagai segmen masyarakat. Hal ini membuatnya menjadi alat yang powerful dalam menyebarkan informasi, membentuk opini publik, dan mempengaruhi perilaku khalayak.

Kemajuan teknologi telah semakin memperluas kanal dan jangkauan komunikasi massa. Platform digital seperti media sosial memungkinkan terjadinya interaksi dan umpan balik dari audiens, meski tidak secara langsung. Namun, sifat komunikasi massa yang searah tetap menjadi tantangannya, terutama dalam memastikan pesan tersampaikan dengan efektif dan memperoleh respons yang diharapkan.

Terdapat beberapa jenis saluran dan produk komunikasi massa (McQuail, 2012), antara lain:

1. Komunikasi massa melalui saluran media cetak bisa berupa surat kabar, majalah, buku, brosur dan pamflet
2. Komunikasi massa melalui media elektronik seperti televisi, radio dan film
3. Komunikasi massa melalui media digital bisa berupa situs web, media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dsb.), aplikasi mobile, blogs dan podcast
4. Komunikasi massa melalui media luar ruang seperti papan iklan (*billboard*), spanduk, poster dan baliho.

Setiap jenis media massa memiliki karakteristik, kelebihan, dan kekurangan masing-masing dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Pemilihan jenis media dalam komunikasi massa yang tepat akan sangat bergantung pada tujuan komunikasi, karakteristik khalayak sasaran, serta sumber daya yang dimiliki.

Pada akhirnya, komunikasi massa tetap menjadi sarana yang vital bagi individu, kelompok, atau entitas untuk

menyampaikan informasi, membangun citra, dan mencapai tujuan komunikasi yang lebih luas di ranah publik.

F. Komunikasi Budaya

Komunikasi budaya mengacu pada proses pertukaran informasi, ide, dan makna yang dipengaruhi oleh latar belakang budaya dari para partisipan yang terlibat (Samovar, Porter and McDaniel, 2012). Dalam komunikasi budaya, nilai, norma, kepercayaan, dan praktik-praktik budaya menjadi faktor yang menentukan bagaimana informasi disampaikan, diinterpretasi, dan diberi makna.

Menurut Lustig & Koester (2010), komunikasi budaya melibatkan proses di mana individu dari latar belakang budaya yang berbeda menciptakan dan berbagi makna. Perbedaan dalam bahasa, persepsi, gaya komunikasi, dan pemahaman kontekstual dapat menjadi sumber potensi kesalahpahaman dalam komunikasi antarbudaya.

Beberapa karakteristik komunikasi budaya yang penting untuk diperhatikan adalah:

1. Perbedaan latar belakang budaya: Variasi dalam nilai, norma, dan praktik sosial antara individu atau kelompok yang berkomunikasi dapat mempengaruhi proses pertukaran informasi.
2. Peranan konteks: Konteks budaya, sosial, dan situasional di mana komunikasi terjadi sangat memengaruhi bagaimana pesan dimaknai dan direspon.
3. Sensitivitas budaya: Kemampuan untuk memahami dan menghargai perbedaan budaya, serta menyesuaikan perilaku komunikasi menjadi penting dalam komunikasi antarbudaya yang efektif.

Komunikasi budaya mengeksplorasi dinamika interaksi antarbudaya, seperti negosiasi makna, akomodasi bahasa, dan strategi resolusi konflik. Pemahaman yang baik tentang komunikasi budaya dapat membantu individu dan organisasi dalam mencapai komunikasi yang lebih efektif dan menghargai keberagaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Adler, R.B. and Proctor II, R.F. (2020) *Communication Barriers and How to Break Them*.
- Adler, R.B. and Rodman, G. (2017) *Understanding human communication (13th ed.)*. New York: NY: Oxford University Press.
- Baran, S.J. and Davis, D.K. (2018) *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. 8th edn. Cengage Learning.
- Beebe, S.A., Beebe, S.J. and Ivy, D.K. (2019) *Communication: Principles for a Lifetime* . 6th edn. Pearson.
- DeVito, J.A. (2011) *Komunikasi Antarmanusia*. Edited by A. Maulana. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- DeVito, J.A. (2016) *The Interpersonal Communication Book*. 14th edn. Pearson.
- Kreps, G.L. (2020) *Organizational Communication: Theory and Practice* . 3rd edn. Longman.
- Liliweri, A. (2011) *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- McQuail, Denis. (2012) *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Robbins, S.P. and Judge, T.A. (2017) *Organizational Behavior*. 17th edn. Pearson.
- Samovar, L.A., Porter, R.E. and McDaniel, E.R. (2012) *Communication between cultures*. Thomson Learning.
- West, R. and Turner, L.H. (2012) *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

BAB 5

HAMBATAN KOMUNIKASI

Oleh Charisma Asri Fitrananda

5.1 Pendahuluan

Pandangan beberapa ahli komunikasi berpendapat bahwa komunikasi yang benar-benar efektif sangat sulit dicapai. Alasan di balik pendapat ini adalah adanya berbagai hambatan atau gangguan yang dapat menghalangi kelancaran komunikasi antara individu atau kelompok (Effendy, 2003).

Dalam konteks ini, gangguan mengacu pada segala sesuatu yang menghambat atau mengganggu jalannya komunikasi. Hambatan atau gangguan ini bisa bersifat internal maupun eksternal. Gangguan internal mencakup faktor-faktor seperti kurangnya keterampilan komunikasi, ketidakjelasan pesan, persepsi yang berbeda antara pengirim dan penerima, emosi yang tidak terkendali, serta gangguan fisik seperti gangguan pendengaran atau gangguan bicara. Gangguan eksternal, di sisi lain, melibatkan faktor-faktor lingkungan seperti kebisingan, gangguan teknis dalam sistem komunikasi, atau bahkan jarak fisik yang jauh antara pengirim dan penerima.

Dalam konteks komunikasi interpersonal, beberapa hambatan tambahan dapat termasuk perbedaan budaya, stereotipe, prasangka, dan bahasa yang tidak dipahami dengan baik. Faktor-faktor ini dapat menghambat pemahaman dan menyebabkan kesalahpahaman antara individu yang berkomunikasi.

Penting untuk dicatat bahwa meskipun ada banyak hambatan yang mungkin muncul dalam komunikasi, bukan berarti komunikasi yang efektif tidak mungkin terjadi. Seseorang dapat mengatasi berbagai hambatan ini melalui kesadaran diri, keterampilan komunikasi yang baik, empati, dan upaya untuk memahami perspektif dan konteks orang lain. Selain itu, penggunaan teknologi komunikasi yang canggih juga dapat

memfasilitasi komunikasi yang lebih efektif dengan mengatasi beberapa hambatan fisik, seperti jarak geografis (DeVito, 2011).

5.2 Komponen Hambatan Komunikasi

Dalam konteks komunikasi, terdapat beberapa hambatan yang dapat muncul dari pengirim pesan. Memahami dan mengatasi komponen-komponen hambatan ini menjadi penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif dan saling memahami antara individu atau kelompok.

Hambatan komunikasi terdiri dari beberapa komponen yang dapat menghalangi kelancaran dan efektivitas proses komunikasi. Ada 3 hambatan komunikasi biasa terjadi dalam interaksi manusia, yaitu:

1. Hambatan dari pengirim pesan

Ketidakjelasan pesan yang akan disampaikan oleh pengirim kepada dirinya sendiri atau pengirim pesan itu menjadi salah satu hambatan komunikasi yang sering terjadi. Ini berarti bahwa pengirim mungkin tidak memiliki pemahaman yang jelas tentang apa yang ingin mereka sampaikan, sehingga pesan yang dikirimkan menjadi ambigu atau tidak terstruktur dengan baik. Faktor-faktor seperti kurangnya pemahaman tentang topik yang dibahas, kurangnya persiapan sebelum berkomunikasi, atau kebingungan tentang cara menyampaikan pesan dapat menyebabkan ketidakjelasan pesan (DeVito, 2011).

Hambatan lain yang dapat muncul dari pengirim pesan adalah pengaruh perasaan atau situasi emosional yang dialami oleh pengirim. Emosi yang kuat seperti kemarahan, kecemasan, atau kegembiraan berlebihan dapat mempengaruhi cara pengirim menyampaikan pesan. Misalnya, jika seseorang sedang marah, mereka mungkin cenderung menyampaikan pesan dengan nada atau kata-kata yang agresif, yang dapat menyebabkan kesalahpahaman atau reaksi negatif dari penerima pesan. Situasi emosional yang tidak stabil juga dapat mempengaruhi kemampuan seseorang untuk

menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif (Liliweri, 2011).

Selain itu, motivasi juga merupakan faktor penting dalam komunikasi yang dapat menjadi hambatan. Motivasi mengacu pada dorongan internal yang mendorong seseorang untuk bertindak sesuai dengan keinginan, kebutuhan, atau kepentingan mereka. Ketika motivasi seseorang dalam berkomunikasi rendah, mereka mungkin tidak memiliki keinginan atau dorongan yang kuat untuk menyampaikan pesan dengan jelas atau mendengarkan dengan penuh perhatian. Motivasi yang rendah juga dapat mempengaruhi kualitas komunikasi secara keseluruhan, karena seseorang mungkin kurang berinvestasi dalam proses komunikasi tersebut.

Penting untuk menyadari bahwa hambatan-hambatan ini dapat diatasi dengan kesadaran diri dan pengembangan keterampilan komunikasi yang baik. Pengirim pesan dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang topik yang akan disampaikan, mengelola emosi mereka dengan bijaksana, dan memperkuat motivasi mereka untuk berkomunikasi dengan tujuan yang jelas dan positif. Selain itu, penerima pesan juga memiliki peran penting dalam mengatasi hambatan ini dengan mendengarkan secara aktif, mengajukan pertanyaan untuk klarifikasi, dan menciptakan lingkungan komunikasi yang saling mendukung.

Dalam rangka mencapai komunikasi yang efektif, penting bagi pengirim dan penerima pesan untuk saling memahami hambatan-hambatan yang mungkin muncul dan bekerja sama untuk mengatasinya. Dengan demikian, komunikasi yang lebih jelas, terarah, dan efektif dapat terjadi antara individu atau kelompok yang berkomunikasi.

2. Hambatan dari simbol

Hambatan dalam penyandian atau simbol dalam komunikasi dapat muncul dalam beberapa cara. Salah satunya adalah ketidakjelasan bahasa yang digunakan, di

mana pesan yang disampaikan memiliki arti yang ambigu atau dapat ditafsirkan dengan cara yang berbeda oleh penerima pesan. Misalnya, kata-kata yang memiliki makna ganda atau frasa yang dapat diartikan secara berbeda oleh orang yang berbeda latar belakang budayanya. Ketidakjelasan semacam ini dapat menyebabkan kesalahpahaman dan menghambat pemahaman yang akurat antara pengirim dan penerima pesan (Littlejohn and Foss, 2011).

Selain itu, hambatan dalam penyandian atau simbol juga dapat terjadi karena perbedaan dalam penggunaan simbol antara pengirim dan penerima. Setiap individu memiliki pengalaman, pengetahuan, dan latar belakang yang berbeda, yang dapat memengaruhi cara mereka memahami dan merespons simbol-simbol yang digunakan dalam komunikasi. Misalnya, simbol-simbol nonverbal seperti gerakan tubuh, ekspresi wajah, atau isyarat tangan dapat memiliki makna yang berbeda dalam budaya atau konteks yang berbeda. Ketidaksesuaian dalam penggunaan simbol-simbol ini dapat menyebabkan kesalahpahaman atau ketidakpahaman antara pengirim dan penerima pesan.

Selain itu, penggunaan bahasa yang terlalu sulit atau kompleks juga dapat menjadi hambatan dalam penyandian atau simbol. Jika bahasa yang digunakan terlalu teknis, berbelit-belit, atau menggunakan kosakata yang tidak dikenal oleh penerima pesan, maka pesan tersebut mungkin sulit dipahami dengan baik. Penggunaan bahasa yang terlalu sulit dapat membuat komunikasi menjadi tidak efektif dan mempengaruhi tingkat pemahaman pesan yang disampaikan (Ting-Toomey and Chung, 2011).

Untuk mengatasi hambatan dalam penyandian atau simbol, penting bagi pengirim pesan untuk menggunakan bahasa yang jelas, sederhana, dan mudah dipahami oleh penerima pesan. Penggunaan contoh konkret, penghindaran penggunaan jargon atau istilah teknis yang tidak dikenal, serta penyesuaian simbol-simbol nonverbal dengan konteks yang relevan dapat membantu memastikan bahwa pesan

yang disampaikan dapat dimengerti dengan baik oleh penerima. Selain itu, penting bagi penerima pesan untuk mengajukan klarifikasi atau penjelasan jika ada ketidakjelasan atau ketidakpahaman dalam pesan yang diterima (Adler and Proctor II, 2020).

Dalam kesimpulannya, hambatan dalam penyandian atau simbol dalam komunikasi dapat terjadi karena ketidakjelasan bahasa, perbedaan penggunaan simbol, atau penggunaan bahasa yang terlalu sulit. Memahami perbedaan ini dan mengadopsi pendekatan komunikasi yang jelas, sederhana, dan sesuai dengan konteks dapat membantu mengatasi hambatan ini dan memfasilitasi komunikasi yang lebih efektif dan saling memahami antara individu atau kelompok.

3. Hambatan dalam media

Hambatan media adalah salah satu jenis hambatan yang terjadi dalam penggunaan media komunikasi. Hambatan ini terkait dengan gangguan atau masalah teknis yang muncul dalam media komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Contohnya adalah gangguan suara pada radio yang menghalangi penerima pesan untuk mendengarkan pesan dengan jelas.

Salah satu bentuk hambatan media yang umum adalah gangguan suara atau kebisingan yang mempengaruhi kualitas audio saat berkomunikasi melalui telepon atau radio. Kualitas suara yang buruk atau adanya suara latar yang bising dapat menyulitkan penerima pesan untuk memahami pesan yang disampaikan. Gangguan suara ini bisa disebabkan oleh faktor-faktor seperti jarak yang jauh antara pengirim dan penerima, interferensi elektromagnetik, gangguan sinyal, atau masalah teknis pada perangkat yang digunakan (Redish, 2010).

Selain itu, hambatan media juga dapat terjadi dalam bentuk masalah visual saat menggunakan media komunikasi seperti video atau gambar. Kualitas gambar yang buram, terdistorsi, atau terputus-putus dapat

menghambat pemahaman penerima pesan dan mengurangi efektivitas komunikasi visual. Masalah teknis seperti koneksi internet yang lemah, kecepatan transfer data yang rendah, atau masalah perangkat keras dapat menjadi penyebab hambatan media visual ini.

Untuk mengatasi hambatan media, penting untuk memperhatikan dan mengelola faktor-faktor teknis yang dapat mempengaruhi kualitas media komunikasi. Hal ini dapat meliputi memastikan adanya sinyal yang kuat, menjaga perangkat keras dan perangkat lunak dalam kondisi yang baik, atau menggunakan media alternatif yang lebih stabil jika diperlukan. Selain itu, penerima pesan juga perlu melakukan upaya untuk meningkatkan pemahaman dan adaptasi terhadap kondisi media yang mungkin tidak ideal.

Penggunaan teknologi canggih dan pengembangan infrastruktur komunikasi yang lebih baik juga dapat membantu mengurangi hambatan media. Misalnya, penggunaan teknologi komunikasi digital yang lebih mutakhir, seperti jaringan telekomunikasi 5G, dapat meningkatkan kualitas dan keandalan media komunikasi (Gupta, 2019).

Hambatan media terjadi ketika ada gangguan atau masalah teknis dalam penggunaan media komunikasi yang menghambat pemahaman dan efektivitas komunikasi. Faktor-faktor seperti gangguan suara atau kebisingan dalam komunikasi audio, serta masalah visual dalam komunikasi video atau gambar, dapat menjadi hambatan dalam media komunikasi. Dalam mengatasi hambatan ini, perhatian terhadap faktor teknis dan penggunaan teknologi yang lebih baik menjadi penting untuk mencapai komunikasi yang lebih efektif.

5.3 Faktor Penghambat Komunikasi

Faktor-faktor penghambat komunikasi adalah elemen-elemen yang dapat mengganggu atau menghalangi kelancaran dan efektivitas proses komunikasi antara individu atau kelompok. Ada

tiga macam hambatan komunikasi yaitu hambatan bersifat teknis, hambatan semantik dan hambatan perilaku.

1. Hambatan bersifat teknis

Hambatan yang bersifat teknis dalam komunikasi mencakup beberapa faktor yang dapat menghalangi atau mengganggu proses komunikasi (Effendy, 2003). Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai faktor-faktor tersebut:

- a. Kurangnya sarana dan prasarana: Komunikasi yang efektif sering kali membutuhkan adanya sarana dan prasarana yang memadai. Kurangnya akses terhadap alat komunikasi seperti telepon, komputer, atau internet dapat menjadi hambatan dalam menyampaikan pesan dengan cepat dan efisien. Selain itu, kurangnya infrastruktur komunikasi seperti jaringan telekomunikasi yang baik juga dapat mempengaruhi kualitas komunikasi.
- b. Penguasaan teknik dan metode komunikasi yang tidak sesuai: Setiap konteks komunikasi memiliki teknik dan metode yang sesuai untuk mencapai pemahaman yang efektif. Jika seseorang tidak memiliki pemahaman yang memadai tentang teknik dan metode komunikasi yang sesuai dengan situasi atau audiens yang dituju, hal ini dapat menghambat komunikasi. Misalnya, kurangnya pemahaman tentang bahasa yang digunakan, gaya berkomunikasi yang tidak sesuai, atau kurangnya keterampilan dalam menggunakan alat komunikasi tertentu.
- c. Kondisi fisik manusia: Hambatan teknis juga dapat terkait dengan kondisi fisik individu yang terlibat dalam komunikasi. Misalnya, gangguan pendengaran atau gangguan penglihatan dapat menghambat pemahaman dan partisipasi dalam komunikasi. Selain itu, kondisi kesehatan yang buruk atau kelelahan juga dapat mempengaruhi kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara efektif.
- d. Kondisi fisik yang berhubungan dengan waktu atau situasi/keadaan: Faktor-faktor lingkungan seperti

kebisingan, gangguan visual, atau kondisi lingkungan yang tidak kondusif dapat menjadi hambatan teknis dalam komunikasi. Misalnya, percakapan yang terjadi di lingkungan yang bising atau pencahayaan yang buruk dapat menyulitkan pendengaran atau penglihatan pesan yang disampaikan.

- e. Kondisi peralatan: Hambatan teknis juga dapat terjadi akibat masalah pada peralatan komunikasi yang digunakan. Misalnya, gangguan teknis pada telepon atau komputer, kerusakan pada perangkat keras, atau gangguan sinyal dapat menghambat komunikasi yang lancar.

Untuk mengatasi hambatan-hambatan teknis ini, penting untuk menyediakan sarana dan prasarana yang memadai dalam proses komunikasi. Peningkatan keterampilan komunikasi dan pemahaman tentang metode dan teknik komunikasi yang sesuai juga dapat membantu mengatasi hambatan ini (Tubbs, 2000). Selain itu, perlu perawatan dan pemeliharaan peralatan komunikasi serta pemilihan lingkungan yang kondusif bagi komunikasi yang efektif.

2. Hambatan bersifat semantik

Hambatan semantik dalam komunikasi mengacu pada masalah yang timbul akibat kesalahan dalam memahami atau menafsirkan makna dari kata-kata, kalimat, atau kode-kode yang digunakan dalam proses komunikasi (Effendy, 2003). Hambatan semantik dapat terjadi karena beberapa faktor, antara lain:

- a. Perbedaan dalam penafsiran kata-kata: Kata-kata yang digunakan dalam komunikasi dapat memiliki makna yang berbeda bagi komunikator dan komunikan. Hal ini dapat disebabkan oleh perbedaan latar belakang, pengalaman, atau pemahaman yang dimiliki oleh masing-masing pihak.
- b. Perbedaan dalam memberikan pengertian terhadap bahasa: Selain perbedaan dalam penafsiran kata-kata, perbedaan dalam memberikan pengertian terhadap

kalimat atau bahasa yang digunakan juga dapat menjadi hambatan semantik. Komunikator mungkin memahami makna yang berbeda dengan yang dimaksudkan oleh komunikator.

- c. Penggunaan istilah atau kode-kode yang tidak dipahami: Komunikator terkadang menggunakan istilah-istilah atau kode-kode tertentu yang tidak dimengerti oleh komunikan. Hal ini dapat menyebabkan kesalahpahaman dalam memaknai pesan yang disampaikan.
- d. Perbedaan latar belakang budaya: Perbedaan latar belakang budaya antara komunikator dan komunikan dapat menyebabkan perbedaan dalam memahami makna dari simbol-simbol atau bahasa yang digunakan.
- e. Penggunaan bahasa yang ambigu atau tidak jelas: Ketidakjelasan dalam penggunaan bahasa, seperti penggunaan kalimat yang ambigu, dapat menimbulkan kesalahpahaman dalam penafsiran pesan.

Untuk mengatasi hambatan semantik, komunikator perlu memastikan bahwa kata-kata, kalimat, dan kode-kode yang digunakan dapat dipahami dengan baik oleh komunikan. Selain itu, komunikator juga harus memperhatikan latar belakang budaya komunikan agar dapat menyesuaikan penggunaan bahasa yang tepat.

3. Hambatan Perilaku

Selain hambatan yang terkait dengan media komunikasi, terdapat juga hambatan komunikasi yang berasal dari perilaku individu. Hambatan ini dapat muncul dari pola pikir, kebiasaan, atau sikap seseorang yang menghambat jalannya komunikasi yang efektif. Misalnya, hambatan yang timbul akibat perbedaan persepsi, perbedaan latar belakang budaya, kurangnya empati, atau adanya prasangka buruk.

Perilaku yang terlalu dominan, pasif, atau bahkan agresif juga dapat menjadi penghalang dalam proses

komunikasi. Selain itu, hambatan dari sisi perilaku komunikasi dapat berupa kurangnya kemampuan menyimak secara aktif, kecenderungan untuk cepat memberikan penilaian, atau bahkan kesulitan dalam mengekspresikan pikiran dan perasaan dengan jelas (Trenholm and Jensen, 2013).

Memahami dan mengatasi hambatan komunikasi yang berasal dari perilaku individu menjadi penting agar tercipta interaksi yang lebih konstruktif dan saling pengertian. Adapun hambatan komunikasi yang dilihat dari perilaku dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pandangan apriori adalah penilaian atau pendapat yang dibuat sebelum mempelajari fakta-fakta yang relevan. Pandangan ini cenderung kaku, tertutup, dan tidak terbuka terhadap informasi baru. Hal ini dapat menghambat komunikasi karena menyebabkan komunikator atau komunikan sulit menerima dan memahami sudut pandang yang berbeda.
- b. Prasangka adalah penilaian atau sikap negatif terhadap individu atau kelompok tertentu yang didasarkan pada generalisasi yang tidak akurat atau informasi yang tidak lengkap. Prasangka yang didasarkan pada emosi seperti kebencian, ketakutan, atau ketidaksukaan dapat menyebabkan kecenderungan untuk menyaring, mengabaikan, atau mendistorsi informasi yang diterima.
- c. Suasana otoriter dalam komunikasi ditandai dengan adanya dominasi dan kontrol yang kuat dari pihak komunikator. Hal ini dapat menghambat komunikan untuk menyampaikan ide, pendapat, atau umpan balik secara terbuka dan bebas. Kondisi ini dapat menimbulkan ketegangan dan ketidaknyamanan yang mengganggu proses komunikasi.
- d. Ketidakmauan untuk berubah adalah salah satu hambatan dalam komunikasi. Komunikator atau komunikan yang memiliki sikap ini cenderung merasa nyaman dengan keadaan dan pemikiran yang sudah

ada, serta menolak untuk menerima informasi atau perspektif baru. Hal ini dapat menghambat terjadinya perubahan, perkembangan, dan kemajuan dalam proses komunikasi.

- e. Sifat egosentris adalah kecenderungan untuk memfokuskan perhatian hanya pada diri sendiri dan mengabaikan kepentingan orang lain. Komunikator atau komunikan yang bersifat egosentris cenderung tidak memperhatikan sudut pandang, perasaan, dan kebutuhan pihak lain dalam proses komunikasi. Hal ini dapat menghambat terjadinya komunikasi yang efektif dan saling memahami.

Dengan demikian, kelima hambatan perilaku atau hambatan kemanusiaan dalam komunikasi yang telah dijelaskan di atas dapat menjadi kendala dalam mencapai komunikasi yang efektif dan saling memahami antara pihak-pihak yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adler, R.B. and Proctor II, R.F. (2020) *Communication Barriers and How to Break Them*.
- DeVito, J.A. (2011) *Komunikasi Antarmanusia*. Edited by A. Maulana. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Effendy, O.U. (2003) *ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: PT. Citra Aditya Bakti.
- Gupta, S. (2019) 'Overcoming Communication Barriers in the Digital Age'.
- Liliweri, A. (2011) *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, S.W. and Foss, K.A. (2011) *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Redish, J. (2010) 'Addressing Technical Communication Barriers'.
- Ting-Toomey, S. and Chung, L.C. (2011) *Intercultural Communication: A Contextual Approach*.
- Trenholm, S. and Jensen, A. (2013) *Interpersonal Communication: Relating to Others*.

BAB 6

TUJUAN KOMUNIKASI

Oleh Syahdan

6.1 Pengenalan

6.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian, penerimaan, dan pengolahan informasi antara individu, grup, atau organisasi. Komunikasi politik, secara sederhana, adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Komunikasi strategik dalam pengurusan komunikasi organisasi adalah komunikasi yang berorientasi tujuan, yang dilakukan secara sistematis dan berorientasi kepada pemahaman tujuan dan penggunaan informasi. Komunikasi konvergensi, sebagai teori komunikasi, mencakup proses pengiriman, penerimaan, dan pengolahan informasi antara individu atau grup (Rosidah Rosidah, 2015).

6.1.2 Pentingnya Tujuan dalam Komunikasi

Tujuan dalam komunikasi merupakan salah satu aspek yang penting dalam proses komunikasi. Tujuan komunikasi berfungsi untuk menentukan keberhasilan komunikasi antara pengirim dan penerima pesan. Pada penelitian mengenai komunikasi pada komunitas tuli Pusbisindo, tujuan komunikasi dipengaruhi positif dan signifikan oleh faktor kegunaan dan kemudahan aplikasi video call sebagai media pemberian dan penerimaan informasi. Dalam pemasaran, tujuan komunikasi adalah untuk informasi produk kepada pelanggan, menarik persuasi, dan memperbaiki pemahaman langsung atau tidak langsung tentang layanan yang diberikan. Pada pengurusan kewirausahaan, tujuan komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan pemahaman konsep matematika siswa. Dalam pengelolaan oral tradition, tujuan komunikasi menggunakan

komunikasi persuasif untuk mengetahui tujuan komunikasi dari cerita bunian (Muhammad Luthfi Zarkasi, 2016).

6.2 Tujuan Komunikasi

6.2.1 Informasi

Informasi adalah data atau ciri yang diperoleh melalui proses komunikasi. Informasi merupakan salah satu aspek yang penting dalam komunikasi, karena ia merupakan bahan dasar untuk membentuk pesan yang akan diberikan kepada penerima. Informasi dapat berupa data, fakta, atau ciri yang dapat diperoleh melalui berbagai media, seperti teks, gambar, atau audio. Informasi dapat digunakan untuk mengubah pemahaman, memperbaiki pemahaman, atau membantu pengambilan keputusan. Informasi dapat juga mempengaruhi tujuan komunikasi, seperti meningkatkan kompetensi pedagogik guru dalam pemanfaatan teknologi informasi komunikasi (TIK), atau meningkatkan kemampuan pemahaman konsep matematika siswa (Hafsyah Hafsyah, 2019).

1. Penyampaian Fakta dan Data

Penyampaian fakta dan data adalah salah satu aspek penting dalam komunikasi, karena mereka menggambarkan informasi yang benar dan relevan. Fakta dan data dapat digunakan untuk mengubah pemahaman, memperbaiki pemahaman, atau membantu pengambilan keputusan. Dalam pemasaran, fakta dan data dapat digunakan untuk menarik persuasi dan memperbaiki pemahaman langsung atau tidak langsung tentang layanan yang diberikan. Dalam pengelolaan oral tradition, fakta dan data dapat digunakan untuk mengetahui tujuan komunikasi dari cerita bunian. Dalam pengelolaan pembelajaran, fakta dan data dapat digunakan untuk meningkatkan kemampuan pemahaman konsep matematika siswa. Dalam pengelolaan hukum, fakta dan data dapat digunakan untuk mengkategorikan sebuah tindakan ke dalam delik pencemaran nama baik (Norman Ray Massie, 2018).

2. Berbagi Informasi Penting

Berbagi informasi penting merupakan salah satu aspek penting dalam komunikasi. Informasi penting dapat berupa data, fakta, atau ciri yang dapat diperoleh melalui berbagai media, seperti teks, gambar, atau audio. Berbagi informasi penting dapat digunakan untuk mengubah pemahaman, memperbaiki pemahaman, atau membantu pengambilan keputusan. Dalam pemasaran, informasi penting dapat digunakan untuk menarik persuasi dan memperbaiki pemahaman langsung atau tidak langsung tentang layanan yang diberikan. Dalam pengelolaan oral tradition, informasi penting dapat digunakan untuk mengetahui tujuan komunikasi dari cerita bunian. Dalam pengelolaan pembelajaran, informasi penting dapat digunakan untuk meningkatkan kemampuan pemahaman konsep matematika siswa. Dalam pengelolaan hukum, informasi penting dapat digunakan untuk mengkategorikan sebuah tindakan ke dalam delik pencemaran nama baik (Hafsyah Hafsyah, 2019).

6.2.2 Persuasi

Dalam komunikasi, persuasi dapat digunakan untuk membuat penerima pesan mengambil tindakan tertentu atau memperbaiki pemahaman tentang sebuah topik. Persuasi dapat berupa fakta, data, atau ciri yang dapat diperoleh melalui berbagai media, seperti teks, gambar, atau audio. Dalam pemasaran, persuasi dapat digunakan untuk menarik persuasi dan memperbaiki pemahaman langsung atau tidak langsung tentang layanan yang diberikan. Dalam pengelolaan oral tradition, persuasi dapat digunakan untuk mengetahui tujuan komunikasi dari cerita bunian. Dalam pengelolaan pembelajaran, persuasi dapat digunakan untuk meningkatkan kemampuan pemahaman konsep matematika siswa. Dalam pengelolaan hukum, persuasi dapat digunakan untuk mengkategorikan sebuah tindakan ke dalam delik pencemaran nama baik (Afifa Azahra and Muh. Fatoni Rohman, 2023).

1. Mempengaruhi Pendapat atau Tindakan

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi antara dua atau lebih orang yang bersifat dialogis dan berupa

percakapan dengan unsur pribadi secara utuh dalam penyampaian dan penerimaan pesan secara nyata dengan efek umpan balik secara langsung. Layanan bimbingan kelompok merupakan layanan yang dilakukan secara berkelompok dengan memanfaatkan dinamika kelompok untuk membahas dan mendapatkan berbagai solusi dan berbagai informasi dari narasumber, yang akan membuat keputusan sesuai rencana keputusan yang mereka lakukan. Teknik komunikasi SBAR merupakan salah satu indikator yang paling penting dan paling utama untuk kualitas komunikasi yang efektif dalam tujuan keselamatan pasien. Metode snowball throwing digunakan untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis siswa dalam kegiatan pembelajaran. Pemberian tugas kelas melalui alat komunikasi sederhana dapat meningkatkan penguasaan materi pembelajaran dan membuat siswa lebih aktif dalam mengajukan pertanyaan dan bertanya. Strategi komunikasi promosi wisata dapat menjadi sumber informasi bagi konsumen dan menjadi daya tarik bagi konsumen untuk membeli produk atau layanan tersebut (Riko Pratama, 2019).

2. Membangun Keyakinan atau Sikap Baru

Berbagi informasi penting, menyampaikan fakta dan data, dan menggunakan teknologi komunikasi sederhana dapat membantu membangun keyakinan atau sikap baru. Misalnya, dalam pembelajaran, pemberian tugas kelas melalui alat komunikasi sederhana dapat membantu siswa lebih aktif dalam mengajukan pertanyaan dan bertanya, yang akan membuatnya lebih berani mengungkapkan pendapat atau bertanya. Dalam pengelolaan oral tradition, informasi penting dapat digunakan untuk mengetahui tujuan komunikasi dari cerita bunian, yang akan membangun sikap yang lebih toleransi terhadap perbedaan agama. Dalam pengelolaan hukum, informasi penting dapat digunakan untuk mengkategorikan sebuah tindakan ke dalam delik pencemaran nama baik, yang akan membangun sikap yang lebih bertanggung jawab. Dalam pengelolaan keagamaan, menumbuhkan sikap toleransi pada anak-anak di lingkungan yang multikultural dapat membangun

sikap yang lebih toleransi terhadap perbedaan agama. Dalam pengelolaan kesehatan, bertekun membangun iman dalam 1 Timotius 4:13 dan sikap percaya diri dapat membangun sikap yang lebih percaya diri dan mampu untuk melakukan sesuatu (Delpia, 2023).

6.2.3 Hiburan

Hiburan merupakan kegiatan atau aktivitas yang bertujuan untuk menyenangkan, menyembuhkan, atau menyumbangkan kepada masyarakat. Hiburan dapat berupa berbagai bentuk, seperti taman hiburan, aplikasi Tiktok, restoran, hotel, dan lain-lain. Penelitian menunjukkan bahwa aplikasi Tiktok menjadi media hiburan bagi masyarakat dan memunculkan dampak ditengah pandemi Covid-19. Penelitian juga menunjukkan perlu adanya taman hiburan rakyat di Gorontalo sebagai salah satu bentuk rekreasi. Pendapatan asli daerah dapat berasal dari pajak hiburan, pajak restoran, dan pajak hotel. Sistem antrian dapat menggunakan metode *First In First Out* (FIFO) untuk memperbaiki pelayanan pengunjung pada wahana hiburan. Menumbuhkan sikap toleransi pada anak-anak di lingkungan yang multikultural dapat membantu mengurangi persengketaan antar agama (Shilmi Kaaffah et al., 2022).

1. Mempersembahkan Hiburan dan Kesenangan

Hiburan merupakan salah satu tujuan utama dalam komunikasi yang bertujuan untuk mempersembahkan kesenangan dan menghibur audiens. Melalui berbagai bentuk konten seperti film, musik, pertunjukan teater, dan media sosial, komunikator berusaha untuk mengangkat mood serta menyajikan pengalaman yang memuaskan bagi penonton. Penggunaan humor, cerita yang menarik, dan konten yang menggelitik imajinasi menjadi strategi yang umum digunakan untuk mencapai tujuan ini. Lebih dari sekadar menghibur, komunikasi hiburan juga memungkinkan penciptaan hubungan emosional antara komunikator dan audiensnya. Dengan memanfaatkan keterlibatan emosional, komunikator dapat menciptakan koneksi yang kuat dan memperkuat ikatan dengan penonton. Selain itu, hiburan juga memberikan kesempatan bagi penonton

untuk melarikan diri dari realitas sehari-hari dan menawarkan pengalaman yang memuaskan secara visual maupun audio. Melalui hiburan, juga terjadi pembentukan komunitas dan rasa keterikatan antara penonton, yang mendorong interaksi sosial dan pembicaraan di antara mereka. Dengan demikian, hiburan bukan hanya sekadar tentang menghibur, tetapi juga menghubungkan dan membangun relasi antara komunikator dan penontonnya.

2. Mengalihkan Perhatian dan Meningkatkan Kualitas Hidup
Mengalihkan perhatian dan meningkatkan kualitas hidup dalam berkomunikasi adalah proses yang penting untuk membangun hubungan yang efektif dan membantu mencapai tujuan yang diinginkan. Berikut adalah beberapa contoh cara yang dapat dilakukan:
 - a. Meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia: Pengelolaan sarana dan prasarana sekolah dasar. Sarana dan prasarana di pendidikan dasar hingga perguruan tinggi memiliki peran penting dalam proses pembelajaran. Peran serta kedudukan sarana dan prasarana sangat penting dalam menarik perhatian masyarakat agar sekolah memiliki peminat.
 - b. Meningkatkan kualitas peran keluarga dalam kesehatan keluarga dan lansia terhindar corona virus. Peran keluarga memiliki makna kepedulian keluarga menjaga anggota keluarganya dari segala yang mengancam corona virus.
 - c. Pemberdayaan masyarakat dengan penerapan latin elastis band dan senam untuk menurunkan resiko jatuh pada lansia dalam rangka meningkatkan kualitas hidup di kelurahan Jatirahayu Kec Pondok Melati. Penduduk usia lanjut di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan perkembangan demografi. Jumlah lansia terus meningkat dan menunjukkan perlunya perhatian khusus terhadap kesehatan dan kualitas hidup mereka. Dalam melaksanakan program pemberdayaan masyarakat di Kelurahan Jatirahayu,

terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai, seperti meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang risiko jatuh pada lansia, mengenali faktor-faktor risiko, dan tindakan pencegahan yang dapat dilakukan.

- d. Efektivitas penerapan audit internal berbasis risiko dalam meningkatkan kualitas manajemen risiko (Studi Kasus PT PLN UIKL Kalimantan).
- e. Meningkatkan kualitas lingkungan hidup melalui tanaman hidroponik. Pendidikan yang berorientasi pada kecakapan hidup (life skills) menjadi sebuah alternatif pembaharuan pendidikan yang prospektif untuk mengantisipasi tuntutan masa depan. Salah satu pendidikan yang berorientasi pada kecakapan hidup adalah pengelolaan hidroponik. Pengelolaan hidroponik di sekolah sebagai cara untuk meningkatkan jiwa kemandirian siswa di SDN Dukuh Menanggal I Surabaya (Edy Sukoco, 2022).

6.2.4 Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu tujuan utama dalam komunikasi yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman audiens. Melalui komunikasi yang efektif, baik dalam bentuk pembelajaran formal di institusi pendidikan maupun melalui media dan platform digital, komunikator bertujuan untuk mentransfer informasi yang bernilai kepada audiens. Dalam konteks ini, komunikator berperan sebagai fasilitator pembelajaran yang memberikan materi yang relevan, metode pengajaran yang efektif, serta lingkungan yang mendukung pertumbuhan intelektual dan perkembangan pribadi. Tujuan pendidikan dalam komunikasi juga melibatkan memotivasi dan menginspirasi audiens untuk belajar serta mengembangkan potensi mereka secara maksimal. Dengan memberikan akses kepada pengetahuan dan sumber daya yang berkualitas, komunikator membantu membentuk individu yang terdidik, terampil, dan mampu berkontribusi positif dalam masyarakat. Oleh karena itu, pendidikan merupakan salah satu aspek penting dalam komunikasi

yang memiliki dampak jangka panjang terhadap perkembangan individu, komunitas, dan bangsa secara keseluruhan.

1. Meningkatkan Pengetahuan dan Keterampilan

Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan adalah salah satu tujuan utama dalam pendidikan. Berbagai cara dapat digunakan untuk mencapai tujuan tersebut, seperti:

- a. Pengelolaan sarana dan prasarana yang efisien dan mendukung pendidikan, seperti yang dilakukan di Indonesia.
- b. Penggunaan bahasa Inggris dalam pemasaran, yang dapat membantu meningkatkan kualitas pemasaran dan memperjelas pesan.
- c. Pelatihan penggunaan aplikasi Mendeley untuk tenaga pengajar, yang dapat membantu meningkatkan keterampilan menulis dan publikasi.
- d. Pendidikan yang berorientasi pada kecakapan hidup, yang dapat membantu peserta didik mengembangkan dan meningkatkan pengetahuan, kecakapan, nilai, sikap, dan pola tingkah laku yang berguna bagi hidup.
- e. Pembelajaran yang lebih sistematis dan berpikir, yang dapat membantu siswa menemukan konsep secara mandiri dari materi yang dipelajari (Latar Belakang Masalah et al., 2018).

2. Mendorong Pertumbuhan dan Perkembangan Pribadi

Mendorong pertumbuhan dan perkembangan pribadi adalah tujuan utama dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan. Berikut adalah beberapa contoh cara yang dapat dilakukan:

- a. Menumbuhkan sikap toleransi antar agama pada anak-anak di lingkungan multikultural, yang dapat membantu mereka menghadapi persengketaan antar agama dan membangun nilai-nilai perdamaian.
- b. Menggunakan aplikasi Tiktok sebagai media hiburan dan kreativitas, yang dapat membantu mengembangkan kreativitas dan inisiatif diri.

- c. Menggunakan pendidikan berorientasi kecakapan hidup, seperti pengelolaan hidroponik, yang dapat membantu peserta didik mengembangkan jiwa kemandirian dan keterampilan yang berguna bagi hidup.
- d. Melakukan latihan elastis band dan senam untuk menurunkan resiko jatuh pada lansia, yang dapat membantu mengembangkan keseimbangan dan kualitas hidup pada lansia.
- e. Menggunakan teknologi komunikasi sederhana, seperti aplikasi Tiktok, untuk mengkomunikasikan informasi yang penting dan membantu mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan kreatif (Agia Dwi Visi Utami, 2021).

6.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tujuan Komunikasi

6.3.1 Konteks Komunikasi

Faktor-faktor yang mempengaruhi tujuan komunikasi dalam konteks komunikasi antar individu, grup, atau organisasi meliputi:

1. Kepercayaan: Kepercayaan dalam konteks komunikasi merupakan gambaran suatu harapan bahwa kata-kata, janji, dan pernyataan lisan maupun tertulis dari individu atau kelompok lain dapat dipercaya[1]. Organisasi atau institusi tidak akan mampu bertahan lama apabila tidak mendapatkan kepercayaan dari publiknya.
2. Kualitas pelayanan: Kualitas pelayanan adalah faktor penting dalam menghadapi krisis kepercayaan yang dialami oleh sebagian besar rumah sakit pemerintah terhadap kualitas pelayanan kesehatan.
3. Pertumbuhan kompetitor: Pertumbuhan kompetitor seperti klinik dan rumah sakit swasta dapat menjadi tolak ukur peningkatan kualitas pelayanan yang sudah berlangsung pada rumah sakit milik pemerintah.
4. Kecendrungan masyarakat: Kecendrungan masyarakat lebih memilih klinik, rumah sakit swasta atau dalam kondisi ekstrimnya pengobatan ke luar negeri, ini menjadi bukti

bahwa rumah sakit pemerintah sudah mulai ditinggalkan oleh masyarakat dalam mempercayakan kesehatannya.

5. Stigma dan sanksi sosial: Mantan narapidana dalam budaya Bugis Makassar masih identik dengan nilai-nilai siri'. Mantan narapidana cenderung memiliki kegelisahan dan ketidakpastian dalam konteks komunikasi kelompok ketika proses interaksi awal. Identitas mantan narapidana menjadi faktor penghambat dalam berinteraksi dengan masyarakat Bugis Makassar.
6. Toleransi antar agama: Menumbuhkan sikap toleransi pada anak-anak di lingkungan yang multikultural atau kita sebut dengan negara yang memiliki keberagaman sangatlah penting dikarenakan jika kita dilihat dalam peristiwa-peristiwa yang terjadi di negara kita.
7. Kegagalan komunikasi: Kegagalan penguasaan kemahiran komunikasi adalah faktor tercetusnya halangan semasa proses pengucapan awam menjadi isu utama kajian ini (A. Kamaruddin, 2017).

6.3.2 Audience (Pendengar/Penerima Pesan)

Faktor-faktor yang mempengaruhi tujuan komunikasi dalam konteks pendengar atau penerima pesan meliputi:

1. Kualitas pesan: Kualitas pesan yang baik dapat mempengaruhi tujuan komunikasi, seperti pesan yang jelas, tepat, dan relevan.
2. Kepemahaman pesan: Kepemahaman pesan yang baik dapat mempengaruhi tujuan komunikasi, seperti pesan yang dapat dipahami dan dipahami dengan baik oleh penerima.
3. Kepribadian penerima: Kepribadian penerima, seperti kepemahaman, keinginan, dan keinginan, dapat mempengaruhi tujuan komunikasi.
4. Kondisi lingkungan: Kondisi lingkungan, seperti ruang lingkup, keadaan fisik dan mental, dan keadaan lingkungan, dapat mempengaruhi tujuan komunikasi.
5. Kemampuan komunikasi: Kemampuan komunikasi pengirim, seperti kemampuan menjelaskan, menggunakan

- bahasa yang tepat, dan menggunakan media yang efektif, dapat mempengaruhi tujuan komunikasi.
6. **Kepemahaman pengirim:** Kepemahaman pengirim tentang tujuan komunikasi, seperti tahu apa yang diinginkan oleh penerima, dapat mempengaruhi tujuan komunikasi.
 7. **Kepemahaman penerima:** Kepemahaman penerima tentang tujuan komunikasi, seperti tahu apa yang diinginkan oleh pengirim, dapat mempengaruhi tujuan komunikasi.
 8. **Kondisi fisik:** Kondisi fisik, seperti keadaan lingkup, keadaan fisik, dan keadaan lingkungan, dapat mempengaruhi tujuan komunikasi.
 9. **Kondisi mental:** Kondisi mental, seperti keadaan emosi, keadaan pikiran, dan keadaan fokus, dapat mempengaruhi tujuan komunikasi.
 10. **Kondisi lingkungan:** Kondisi lingkungan, seperti ruang lingkup, keadaan fisik dan mental, dan keadaan lingkungan, dapat mempengaruhi tujuan komunikasi (Tuti Bahfiarti, 2020).

6.3.3 Medium Komunikasi

Faktor-faktor yang mempengaruhi tujuan komunikasi dalam medium komunikasi sangat beragam tergantung pada jenis medium yang digunakan. Pertama-tama, jenis medium yang dipilih akan memengaruhi bagaimana tujuan komunikasi dirumuskan. Misalnya, dalam komunikasi lisan seperti percakapan langsung, tujuan mungkin lebih terfokus pada penyampaian informasi secara jelas dan mendapatkan respons langsung dari lawan bicara. Di sisi lain, dalam komunikasi tertulis seperti surat atau email, tujuan komunikasi dapat lebih berkaitan dengan dokumentasi informasi dan kejelasan pesan. Selain itu, karakteristik unik dari masing-masing medium juga memainkan peran penting. Misalnya, keterbatasan waktu dan ruang dalam media seperti iklan atau pesan singkat dapat mempengaruhi tujuan komunikasi untuk menyampaikan pesan yang padat atau menarik perhatian dengan cepat. Selain itu, faktor-faktor seperti preferensi audiens, tingkat pengetahuan mereka, dan konteks komunikasi juga sangat memengaruhi tujuan komunikasi dalam medium tertentu. Dengan

mempertimbangkan semua faktor ini, komunikator dapat merancang strategi komunikasi yang tepat untuk mencapai tujuan yang diinginkan melalui berbagai medium komunikasi.

6.3.4 Budaya dan Nilai

Faktor-faktor yang mempengaruhi tujuan komunikasi dalam budaya dan nilai mencakup berbagai aspek yang berkaitan dengan norma, nilai, dan keyakinan yang dianut oleh masyarakat tertentu. Pertama-tama, nilai-nilai yang diyakini oleh suatu budaya akan mempengaruhi pemahaman akan tujuan komunikasi. Misalnya, dalam budaya yang lebih individualistik, tujuan komunikasi mungkin lebih berorientasi pada pencapaian tujuan pribadi atau kepentingan individu, sementara dalam budaya yang lebih kolektivistis, tujuan komunikasi mungkin lebih berfokus pada kesejahteraan bersama dan solidaritas kelompok.

Selanjutnya, norma-norma sosial yang ada dalam suatu budaya juga akan memengaruhi tujuan komunikasi. Norma-norma ini bisa termasuk aturan-aturan tentang apa yang dianggap sopan atau tidak sopan dalam interaksi sosial, serta ekspektasi tentang bagaimana pesan seharusnya disampaikan dan diterima. Misalnya, dalam budaya di mana kesopanan dan penghormatan terhadap otoritas sangat dihargai, tujuan komunikasi mungkin termasuk menjaga adab dan menghormati orang yang lebih tua atau berwenang.

Selain itu, perbedaan budaya dalam hal cara-cara berkomunikasi juga akan mempengaruhi tujuan komunikasi. Misalnya, dalam budaya yang lebih menekankan pada komunikasi verbal, tujuan komunikasi mungkin lebih berfokus pada penyampaian informasi secara langsung melalui kata-kata. Di sisi lain, dalam budaya yang lebih menekankan pada ekspresi non-verbal atau komunikasi implisit, tujuan komunikasi mungkin lebih berorientasi pada pemahaman akan pesan yang tersirat atau emosi yang terkandung dalam komunikasi.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, komunikator perlu memahami konteks budaya di mana mereka beroperasi dan mengadaptasi tujuan komunikasi mereka sesuai dengan norma, nilai, dan keyakinan yang berlaku dalam masyarakat tersebut.

Dengan demikian, mereka dapat mencapai tujuan komunikasi dengan lebih efektif dan membangun hubungan yang kuat dengan audiens yang mereka sasar.

6.4 Strategi Mencapai Tujuan Komunikasi

6.4.1 Penyesuaian Pesan

Salah satu strategi yang efektif untuk mencapai tujuan komunikasi adalah dengan menyesuaikan pesan sesuai dengan kebutuhan, preferensi, dan karakteristik audiens. Pertama-tama, penting untuk memahami siapa audiens Anda, termasuk latar belakang demografis, tingkat pendidikan, minat, dan nilai-nilai yang mereka pegang. Dengan pemahaman ini, Anda dapat merancang pesan yang relevan dan menarik bagi mereka.

Selanjutnya, pertimbangkan gaya komunikasi yang paling efektif untuk audiens tersebut. Misalnya, apakah mereka lebih responsif terhadap pendekatan yang santai dan ramah, atau apakah mereka lebih memperhatikan pesan yang disajikan secara formal dan profesional? Menyesuaikan gaya komunikasi Anda dengan preferensi audiens dapat membantu membangun koneksi yang lebih kuat dan meningkatkan keefektifan pesan Anda.

Selain itu, penting untuk mempertimbangkan konteks komunikasi. Apakah pesan Anda disampaikan secara langsung, seperti dalam presentasi lisan, atau melalui media tertulis seperti email atau posting media sosial? Menyesuaikan gaya dan format pesan dengan medium komunikasi yang digunakan juga dapat meningkatkan daya tarik dan kesan pesan Anda.

Selanjutnya, pastikan pesan Anda jelas, relevan, dan mudah dipahami oleh audiens. Hindari penggunaan jargon atau bahasa teknis yang mungkin tidak dipahami oleh semua orang dalam audiens Anda. Gunakan contoh atau ilustrasi yang relevan untuk membantu menjelaskan konsep yang kompleks, dan pastikan untuk menyajikan informasi secara terstruktur dan mudah diikuti.

Terakhir, tetapkanlah fleksibel dan terbuka terhadap umpan balik dari audiens Anda. Jika pesan Anda tidak diterima dengan baik atau tidak mencapai tujuan yang diinginkan, bersedia untuk menyesuaikan dan memodifikasi pesan Anda sesuai dengan kebutuhan dan tanggapan audiens. Dengan memperhatikan dan

merespons secara proaktif terhadap audiens Anda, Anda dapat meningkatkan kesuksesan dan efektivitas komunikasi Anda dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

6.4.2 Kredibilitas Komunikator

Salah satu strategi yang sangat penting dalam mencapai tujuan komunikasi adalah dengan membangun dan memelihara kredibilitas sebagai komunikator. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan komunikasi melalui kredibilitas komunikator:

1. Kejujuran dan Konsistensi: Penting untuk selalu berbicara dengan jujur dan konsisten. Komunikator yang jujur dan konsisten akan lebih dipercaya oleh audiens mereka, yang pada gilirannya meningkatkan kredibilitas mereka.
2. Pengetahuan dan Keahlian: Mempelajari topik yang sedang dibahas secara mendalam dan memiliki keahlian yang relevan akan meningkatkan kredibilitas komunikator. Menyajikan informasi yang akurat dan berpengetahuan luas akan membuat audiens lebih cenderung untuk mempercayai pesan Anda.
3. Pengalaman dan Reputasi: Pengalaman dalam bidang tertentu serta reputasi yang baik juga dapat meningkatkan kredibilitas komunikator. Ketika audiens melihat bahwa Anda memiliki pengalaman yang relevan dan telah membuktikan diri dalam bidang tersebut, mereka lebih cenderung untuk menghormati dan mempercayai pesan Anda.
4. Empati dan Keterbukaan: Menunjukkan empati dan keterbukaan terhadap perspektif audiens juga dapat meningkatkan kredibilitas. Ketika komunikator terlihat menghargai dan memahami pandangan dan perasaan audiens, mereka akan lebih menerima pesan yang disampaikan.
5. Komunikasi Non-verbal yang Kuat: Ekspresi wajah yang tulus, kontak mata yang mantap, dan bahasa tubuh yang percaya diri juga berperan penting dalam membangun kredibilitas komunikator. Komunikasi non-verbal yang kuat

dapat memberikan kesan positif dan memperkuat pesan yang disampaikan.

6. Pemilihan Bahasa yang Tepat: Penggunaan bahasa yang sesuai dengan audiens serta gaya dan tone yang tepat juga dapat memengaruhi kredibilitas. Bahasa yang tepat akan membuat audiens merasa nyaman dan terhubung dengan pesan Anda.

6.4.3 Daya Tarik Pesan

Strategi mencapai tujuan komunikasi melalui daya tarik pesan merupakan pendekatan yang sangat efektif dalam menarik perhatian dan memengaruhi audiens. Dengan menggunakan kisah yang memikat atau narasi yang kuat, komunikator dapat membuat pesan mereka lebih relevan dan melekat dalam pikiran audiens. Selain itu, penggunaan visual yang menarik dan emosi yang terlibat dalam pesan dapat menciptakan ikatan yang lebih kuat dengan audiens, mempengaruhi sikap dan perilaku mereka. Penting juga untuk menjelaskan manfaat yang jelas dari pesan tersebut, sehingga audiens dapat melihat nilai dan keuntungan yang mereka dapatkan. Kesederhanaan dalam bahasa tetapi kecerdasan dalam konten pesan dapat membuatnya lebih mudah dipahami namun tetap menarik. Relevansi dengan kehidupan sehari-hari dan konteks komunikasi juga penting untuk menjaga agar pesan tetap memikat. Terakhir, menggunakan sumber yang kredibel dan dapat dipercaya untuk mendukung pesan dapat meningkatkan kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, komunikator dapat meningkatkan daya tarik pesan mereka, sehingga meningkatkan kemungkinan mencapai tujuan komunikasi dengan lebih efektif.

6.4.4 Penggunaan Teknologi Komunikasi

Strategi mencapai tujuan komunikasi melalui penggunaan teknologi komunikasi adalah penting dalam era digital saat ini. Salah satu strategi yang efektif adalah memilih platform dan alat komunikasi yang sesuai dengan audiens target. Misalnya, jika target audiens Anda aktif di media sosial, maka menggunakan platform

seperti Facebook, Instagram, atau Twitter dapat menjadi cara yang efektif untuk mencapai mereka.

Selain itu, penggunaan teknologi komunikasi seperti video konferensi atau webinar dapat memungkinkan komunikator untuk berinteraksi secara langsung dengan audiens mereka, meskipun berada di lokasi yang berbeda. Hal ini membuka peluang untuk penyampaian pesan yang lebih dinamis dan interaktif.

Pemanfaatan alat-alat komunikasi digital seperti email, pesan instan, atau aplikasi kolaborasi juga dapat memfasilitasi komunikasi yang efisien dan cepat antara komunikator dan audiens. Dengan menggunakan alat-alat ini, pesan dapat disampaikan dengan cepat dan dapat diakses oleh audiens kapan saja dan di mana saja.

Selain itu, penggunaan teknologi analitik dapat membantu komunikator untuk memahami lebih baik perilaku dan preferensi audiens mereka. Dengan menganalisis data-data ini, komunikator dapat mengoptimalkan strategi komunikasi mereka untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

Terakhir, penting untuk tetap memperhatikan aspek keamanan dan privasi dalam menggunakan teknologi komunikasi. Memastikan bahwa informasi sensitif disampaikan dengan aman dan hanya kepada pihak yang berwenang adalah kunci untuk menjaga kepercayaan audiens.

6.5 Kesimpulan

Kesimpulan tujuan komunikasi adalah untuk mencapai keinginan penerima pesan dan membangun hubungan efektif. Faktor-faktor yang mempengaruhi tujuan komunikasi meliputi kemampuan komunikasi interpersonal, komunikasi yang efektif, kepemimpinan yang baik, kepercayaan antar anggota tim, dan komunikasi persuasif. Strategi penyesuaian pesan dapat mencakup penggunaan bahasa yang tepat, penggunaan media yang efektif, dan pengembangan pesan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan penerima. Penelitian yang dilakukan mengenai kemampuan komunikasi interpersonal, efektivitas komunikasi customer service, dan kemampuan komunikasi matematis tulis siswa menunjukkan bahwa penyesuaian pesan dapat mempengaruhi kinerja tim kerja,

pelayanan di bandara, dan kemampuan komunikasi matematis siswa.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Kamaruddin (2017). Analisis Kualitatif Terhadap Faktor Kegagalan Komunikasi Pembujukan dalam Konteks Pengucapan Awam (Qualitative Analysis of Factors that contribute to the Failure of Persuasive Communication in the Context of Public Speech). [online] *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*. Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/Analisis-Kualitatif-Terhadap-Faktor-Kegagalan-dalam-Kamaruddin/12081f48b74adc9811bd7e6284a8803d121c5fa3> [Accessed 9 Apr. 2024].
- Afifa Azahra and Muh. Fatoni Rohman (2023). Analisis Dominasi Kata Persuasi dalam Poster Kegiatan P5 Siswa Kelas VII Sebagai Bentuk Pencegahan Bencana Alam. [online] *Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*. Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/Analisis-Dominasi-Kata-Persuasi-dalam-Poster-P5-VII-Azahra-Rohman/ea57cc179060fcb896c340352971b27b54a6c6d> [Accessed 9 Apr. 2024].
- Agia Dwi Visi Utami (2021). Aplikasi Tiktok Menjadi Media Hiburan Bagi Masyarakat Dan Memunculkan Dampak Ditengah Pandemi Covid-19. [online] Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/Aplikasi-Tiktok-Menjadi-Media-Hiburan-Bagi-Dan-Utami/edacd14f1dea4242af0bd2e16af09a23eda5db96> [Accessed 9 Apr. 2024].
- Delpia, M. (2023). BERTEKUN MEMBANGUN IMAN DALAM 1 TIMOTIUS 4:13 DAN SIKAP PERCAYA DIRI. [online] *FILADELFIA: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristen*. Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/BERTEKUN-MEMBANGUN-IMAN-DALAM-1-TIMOTIUS-4%3A13-DAN-Delpia/1ef948dc68539121ba6abef729d43380ef06970e> [Accessed 9 Apr. 2024].
- Edy Sukoco (2022). MENUMBUHKAN JIWA KEMANDIRIAN SISWA DAN MENINGKATKAN KUALITAS LINGKUNGAN HIDUP MELALUI TANAMAN HIDROPONIK. [online] *EduStream*:

Jurnal Pendidikan Dasar. Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/MENUMBUHKAN-JIWA-KEMANDIRIAN-SISWA-DAN-MENINGKATKAN-Sukoco/8e2b214e234f96108a5f2e370dec4a201054618e> [Accessed 9 Apr. 2024].

Hafsyah Hafsyah (2019). EFEKTIVITAS PENERAPAN MODEL PEMECAHAN MASALAH DDFK (DEFINISI, DESAIN, FORMULASI, DAN KOMUNIKASI) DALAM MENINGKATKAN KEMAMPUAN PEMAHAMAN KONSEP MATEMATIKA SISWA. [online] *Edumaspul - Jurnal Pendidikan. Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/EFEKTIVITAS-PENERAPAN-MODEL-PEMECAHAN-MASALAH-DDFK-Hafsyah/c99d0211098de9edbd682079f60ce52717d52189> [Accessed 9 Apr. 2024].*

Latar Belakang Masalah, Ilmu Pengetahuan, Alam Ipa, secara umum, M. bidang, ilmu dasar, yaitu biologi, Fisika, Kimia, D., Biologi merupakan, salah satu cabang, dari Ipa, yang berisi materi, mengenai makhluk hidup, lingkungan serta, hubungan antara makhluk, hidup tersebut, dengan lingkungan alam, tersebut tidak cukup and hanya dengan menguasai (2018). ilmiah. Pembelajaran materi biologi seharusnya dapat memberikan kegiatan yang merangsang keterampilan berpikir siswa. Hal tersebut dikarenakan pembelajaran biologi tidak hanya berupa penyampaian materi dan konsep oleh guru, tetapi siswa harus mencari dan menemukan konsep secara mandiri dari materi b. [online] Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/ilmiah.-Pembelajaran-materi-biologi-seharusnya-yang-Masalah-Pengetahuan/f8e0a2a3da67712f62be814732dd0f11174d4907> [Accessed 9 Apr. 2024].

Muhammad Luthfi Zarkasi (2016). TUJUAN KOMUNIKASI PERSUASIF DONGENG(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF MODEL KOMUNIKASI PERSUASIF DALAMMENDONGENG DI RUMAH DONGENG MENTARI YOGYAKARTA). [online] Available at: [https://www.semanticscholar.org/paper/TUJUAN-KOMUNIKASI-PERSUASIF-DONGENG\(STUDI-MODEL-DI-](https://www.semanticscholar.org/paper/TUJUAN-KOMUNIKASI-PERSUASIF-DONGENG(STUDI-MODEL-DI-)

Zarkasi/8348713623cc49075971c248c0edfc48646ab56f
[Accessed 9 Apr. 2024].

Norman Ray Massie (2018). Kualifikasi Tindakan Penyampaian Keluhan Konsumen Melalui Media Sosial Dikaitkan Dengan Tindak Pidana Pencemaran Nama Baik dalam Sistem Hukum di Indonesia dalam Rangka Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha. [online] Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/Kualifikasi-Tindakan-Penyampaian-Keluhan-Konsumen-Massie/286fbc74acf3ae27b70dd7d02dca32e2685e069e>
[Accessed 9 Apr. 2024].

Riko Pratama (2019). STRATEGI KOMUNIKASI PROMOSI WISATA LAVA BANTAL DESA JOGOTIRTO KECAMATAN BERBAH, KABUPATEN SLEMAN, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. [online] Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/STRATEGI-KOMUNIKASI-PROMOSI-WISATA-LAVA-BANTAL-DESAPratama/a744dbc429a4ab8e471065a4a716f2655fe7edbb>
[Accessed 9 Apr. 2024].

Rosidah Rosidah (2015). DEFINISI DAKWAH ISLAMIYYAH DITINJAU DARI PERSPEKTIF KONSEP KOMUNIKASI KONVERGENSI KATHERINE MILLER. [online] Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/DEFINISI-DAKWAH-ISLAMIYYAH-DITINJAU-DARI-PERSPEKTIF-Rosidah/895872136e3bf2bbac2022e22b8e5709b6e5fe48>
[Accessed 9 Apr. 2024].

Shilmi Kaaffah, Hisny Fajrussalam, Aisy Rahmania, J. Ningsih, Maria Khofifah Rhamadan and Pina Mulyanti (2022). MENUMBUHKAN SIKAP TOLERANSI ANTAR AGAMA DI LINGKUNGAN MULTIKULTURAL KEPADA ANAK SESUAI AJARAN AGAMA ISLAM. [online] JPG: Jurnal Pendidikan Guru. Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/MENUMBUHKAN-SIKAP-TOLERANSI-ANTAR-AGAMA-DI-KEPADA-Kaaffah-Fajrussalam/a8182aa00fff26eab4b42f482c7b3891ce382cf8>
[Accessed 9 Apr. 2024].

Tuti Bahfiarti (2020). Kegelisahan dan ketidakpastian mantan narapidana dalam konteks komunikasi kelompok budaya Bugis Makassar. [online] Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/Kegelisahan-dan-ketidakpastian-mantan-narapidana-Bahfiarti/412de006bd9dbe0a200e6c32cbbd73d0b6008334> [Accessed 9 Apr. 2024].

BAB 7

GAYA KOMUNIKASI

Oleh Bulkis

7.1 Pengertian Gaya Komunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial akan melakukan komunikasi dan interaksi dengan orang lain, setiap hari dalam kehidupan seseorang pasti melakukan komunikasi, dalam berkomunikasi untuk berinteraksi gaya pada setiap orang bisa berbeda, hal ini sangat dipengaruhi oleh keadaan atau situasi, kepribadian seseorang, budaya, latar belakang individu dan tujuan komunikasi yang dilakukan. Gaya komunikasi merupakan perilaku yang dimiliki seseorang dalam melakukan interaksi dan bertukar informasi dengan orang lain. Menurut Alo Liliweri dalam bukunya komunikasi antarpribadi, menuliskan bahwa gaya komunikasi adalah usaha seseorang berperilaku ketika mengutarakan pesan. Memahami gaya komunikasi seseorang akan membantu dalam membangun hubungan yang sehat dan efektif dengan orang lain. Selain itu gaya komunikasi yang efektif dapat membantu seseorang dalam membangun hubungan yang lebih kuat, lebih mudah dalam penyelesaian konflik, pesan bisa diterima sesuai dengan harapan dan akan lebih mudah mencapai tujuan.

Kemampuan seseorang untuk terlibat secara verbal dan nonverbal untuk menyampaikan bagaimana sesuatu harus ditafsirkan atau dipersepsikan adalah apa yang diidentifikasi oleh Norton dalam Allen dkk. (2006) sebagai gaya komunikasi. Hubungan interpersonal, serta interaksi profesional dan organisasi, dapat dipengaruhi oleh gaya komunikasi seseorang. Seseorang dapat mengatasi ciri-ciri yang dianggap buruk dengan memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai gaya komunikasi (Novitasari, 2016).

7.2 Jenis – Jenis Gaya Komunikasi

Gaya seseorang dalam melakukan komunikasi dapat mempengaruhi hubungan seseorang baik dalam kehidupan pribadi maupun dalam lingkungan dunia kerja. Hal ini menyebabkan pada waktu tertentu gaya berkomunikasi menjadi lebih penting dari isi pesan dari komunikasi itu sendiri. Karena kemampuan seseorang dalam melakukan komunikasi akan mempengaruhi penyampaian pesan, terdapat komunikator yang memahami dengan baik isi dari pesan tetapi tidak memiliki kemampuan yang bagus dalam menyampaikan suatu pesan. Kesesuaian dari 1 gaya komunikasi yang digunakan oleh seorang komunikator tergantung isi pesan yang disampaikan terhadap receiver. Menurut Tubbs dan Moss (2008) menjelaskan 6 enam gaya komunikasi.

1. *The controlling style*

Gaya komunikasi ini mendominasi dan didefinisikan sebagai upaya untuk mengontrol, membatasi, dan mendikte tindakan, ide, dan reaksi orang lain. Komunikator satu arah adalah mereka yang menggunakan metode komunikasi ini. Pihak-pihak atau komunikator yang menggunakan gaya komunikasi *controlling style* ini, pusat perhatiannya ada pada pengiriman pesan. Seseorang yang memiliki gaya komunikasi ini cenderung mendominasi dalam percakapan dan akan selalu berusaha mengontrol interaksi yang terjadi dengan orang lain. Hal ini menjadikan komunikator tidak memberikan perhatian terhadap kepada umpan balik atau tanggapan dari *receiver* atau penerima pesan, akan tetapi hal ini bisa berubah jika *cender* memiliki tujuan tertentu untuk kepentingan dirinya. Meskipun komunikator satu arah tidak perlu khawatir tentang sudut pandang yang berlawanan, mereka akan terus berusaha menggunakan posisi otoritas dan pengaruh mereka untuk membujuk orang untuk berbagi pendapat. Seseorang yang memiliki gaya komunikasi *the controlling style* sering kali ditandai dengan dengan beberapa ciri antara lain :

- a. Arahan yang Tegas: Individu atau komunikator dengan gaya komunikasi ini sering memberikan instruksi atau perintah yang jelas dan tegas kepada orang lain.

- b. Mendominasi Percakapan, Pelaku gaya komunikasi ini cenderung mendominasi atau mengambil alih percakapan, memastikan jika pendapat dan pandangan mereka adalah yang paling diperhatikan.
 - c. Penekanan pada Hasil, Fokus utama pelaku gaya komunikasi ini adalah ketercapaian tujuan atau hasil yang diinginkan, sehingga seringkali tidak mempertimbangkan proses atau masukan dari orang lain.
 - d. Kurang Mendengarkan, Komunikator sering kali tidak memperdulikan atau tidak mendengarkan pendapat dengan baik pendapat orang lain dan tidak memperdulikan perasaan orang lain.
 - e. Penggunaan Otoritas, Gaya ini sering melibatkan penggunaan posisi kekuasaan atau otoritas untuk melakukan kontrol pada situasi dan mengontrol orang lain.
2. *The equalitarian style*

Pembentukan landasan bersama dan penerapan aliran dua arah dari pesan tertulis dan lisan adalah komponen utama dari metode komunikasi ini.

Karena tindakan komunikasi dalam gaya ini dilakukan secara terbuka, semua peserta bebas untuk merasa nyaman, informal, dan santai. Orang-orang dengan sikap kepedulian yang kuat dan kapasitas untuk menjalin hubungan positif dengan orang lain baik secara pribadi maupun profesional adalah orang-orang yang terlibat dalam jenis komunikasi ini. Hal ini disebabkan karena gaya komunikasi *the equalitarian style* merupakan pendekatan di mana semua orang yang terlibat dalam komunikasi diperlakukan dengan setara, sehingga setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk memberikan berkontribusi dalam menyampaikan pendapat dan pandangannya. Gaya ini menekankan pada kolaborasi, saling menghormati dan kesetaraan dalam berkomunikasi atau berinteraksi. Ciri – ciri gaya komunikasi *the equalitarian style* antar lain:

- a. Kesetaraan, semua orang yang terlibat dalam interaksi diperlakukan sama, tanpa memandang posisi, status, ataupun peran yang dimainkan.
- b. Partisipasi aktif, Setiap individu yang terlibat didorong untuk ikut berpartisipasi dan menyampaikan pendapat atau pandangan.
- c. Pendengaran aktif, komunikator yang memiliki gaya ini akan memberikan perhatian dan mendengarkan masukan yang diberikan dari semua pihak,
- d. Kolaboratif, sebelum mengambil keputusan akan melakukan diskusi terlebih dahulu, sehingga keputusan yang diambil berdasarkan diskusi dan konsensus bersama.
- e. Saling Menghormati, menghormati dan mempertimbangkan pendapat dan perasaan setiap orang yang terlibat dalam interaksi.

3. *The structuring style*

Gaya komunikasi ini menjadwalkan tugas dan pekerjaan, menetapkan arahan yang harus diikuti, dan berkomunikasi secara lisan dan tertulis. Gaya komunikasi ini juga menetapkan struktur organisasi. Dengan memberikan informasi mengenai jadwal kerja, tujuan perusahaan, dan aturan serta prosedur yang berlaku, pengirim lebih berfokus pada keinginan mereka untuk mempengaruhi orang lain. Gaya komunikasi *The structuring style* atau gaya komunikasi terstruktur merupakan gaya komunikasi dengan pendekatan di mana informasi disampaikan dengan sistematis dan terorganisir. Gaya ini sering digunakan untuk memastikan bahwa pesan yang kompleks dapat dipahami dengan jelas dan diikuti dengan mudah. Gaya komunikasi terstruktur sangat berguna dalam lingkungan yang membutuhkan kepatuhan terhadap prosedur atau aturan tertentu. Gaya komunikasi *The structuring style* memiliki ciri-ciri diantaranya:

- a. Sistematis dan logis, Komunikator akan memberikan informasi dengan berurutan, logis dan mudah dipahami dan diikuti.

- b. Penggunaan rencana dan prosedur, selalu mengutamakan perencanaan, prosedural, atau selalu menggunakan panduan yang jelas dalam menyampaikan informasi.
 - c. Penekanan pada detail, Komunikator akan selalu memastikan bahwa semua hal – hal yang penting telah disampaikan dengan detail dan dipahami.
 - d. Kejelasan dan ketepatan, Komunikator akan menggunakan bahasa yang jelas dan tepat untuk menghindari kesalah pahaman.
 - e. Visualisasi, komunikator sering kali menggunakan alat bantu visual, seperti tabel, diagram, data – dara untuk memperjelas dan mendukung informasi yang disampaikan.
4. *The dynamic style*

Gaya komunikasi ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan (*action-oriented*). Gaya komunikasi ini sering dipakai oleh para juru kampanye ataupun supervisor yang membawa para wiraniaga (salesmen atau saleswomen). Tujuan gaya komunikasi ini adalah menstimulasi atau merangsang para karyawan untuk bekerja lebih cepat dan lebih baik. Gaya komunikasi ini cukup efektif digunakan dalam mengatasi persoalan-persoalan yang bersifat kritis.

Komunikator yang menggunakan gaya *the dynamic style* adalah orang yang saat berkomunikasi melakukan pendekatan pendekatan yang energik dan penuh semangat. Gaya seperti ini sering kali melibatkan penggunaan bahasa tubuh yang ekspresif, nada suara yang bervariasi, dan melakukan interaksi yang aktif dengan audiens. Tujuan utama dari gaya komunikasi *the dynamic style* adalah untuk menarik perhatian, menginspirasi, dan memotivasi audiens. Ciri – ciri seseorang berkomunikasi dengan gaya *the dynamic style* antara lain:

- a. Energi Tinggi, saat berbicara komunikator menunjukkan antusiasme yang tinggi dan memiliki energi yang tinggi dalam menyampaikan pesan.
- b. Kaya dengan ekspresi, komunikator saat berkomunikasi akan menggunakan ekspresi wajah, gerakan tangan dan bahasa tubuh yang aktif.
- c. Memiliki nada suara yang bervariasi, Intonasi suara yang bervariasi digunakan saat berkomunikasi, mengatur kecepatan berbicara, menjaga tinggi rendahnya volume suara untuk menjaga perhatian audiens.
- d. Interaktif, komunikator dengan gaya *the dynamic style* akan selalu melibatkan audiens melalui pertanyaan – pertanyaan, diskusi, atau aktivitas interaktif lainnya.
- e. Memberikan cerita dan contoh, Sering menggunakan cerita, analogi, atau contoh untuk menjelaskan poin – poin penting saat berinteraksi dengan audiensnya.
 Dengan menggunakan gaya komunikasi *the dynamic style* atau gaya komunikasi dinamis, seseorang dapat menciptakan presentasi yang menarik, memberi inspirasi dan motivasi serta dapat membangun suatu hubungan yang kuat dengan para audiensnya. Gaya komunikasi ini biasa akan digunakan pada saat mengikuti kegiatan antara lain konferensi dan seminar, mengisi sesi pelatihan, jadi pembicara di kelas pendidikan.

5. *The relinquishing style*

Gaya komunikasi dengan *the relinquishing style* mencerminkan seorang komunikator yang bersedia untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan mempunyai hak untuk memberikan perintah dan mengontrol orang lain. Pesan – pesan yang disampaikan dengan gaya komunikasi ini akan lebih efektif. Ketika pengirim pesan sedang bekerja sama dengan orang – orang yang memiliki pengetahuan yang luas, berpengalaman, teliti serta memiliki kesediaan untuk

bertanggung jawab atas semua tugas atau beban pekerjaan yang diberikan.

Gaya komunikasi *the relinquishing style* atau sering juga disebut gaya komunikasi melepaskan merupakan salah satu pendekatan Dimana pengendalian komunikasi diberikan kepada orang lain. Dalam gaya ini, individu yang biasanya memegang kendali komunikasi melepaskan atau menyerahkan sebagian besar tanggung jawab komunikasi kepada partisipan lain. Ini sering digunakan untuk memberdayakan orang lain, mendorong partisipasi, dan memungkinkan pembelajaran atau pengambilan keputusan kolektif.

Ciri - ciri seseorang menggunakan gaya komunikasi *the relinquishing style* antara lain:

- a. Pendelegasian kontrol, komunikator mengalihkan kontrol atau tanggung jawab komunikasi kepada orang lain,.
- b. Pemberdayaan, memberikan dorongan kepada partisipan untuk mengambil peran aktif dan membuat Keputusan dalam kegiatan komunikasi tersebut.
- c. Mendukung partisipasi, memberikan ruang bagi partisipan dan memberikan kesempatan untuk berkontribusi yang lebih besar dari orang lain.
- d. Fokus pada kolaborasi, mendorong kerjasama dan kolaborasi dalam mencapai tujuan bersama
- e. Pendidikan dan pembelajaran, gaya komunikasi *the relinquishing style* ini sering digunakan dalam konteks Pendidikan untuk mendorong pembelajaran mandiri dan pemikiran kritis.

Dengan menerapkan gaya komunikasi *the relinquishing style*, komunikator dapat memberdayakan orang lain, mendorong partisipasi aktif, dan memberikan kesempatan untuk berkolaborasi lebih besar. Hal ini juga dapat membantu seseorang dalam pengembangan keterampilan dan pemberian tanggung jawab terhadap anggota tim setiap peserta.

6. *The withdrawal style*

Jika seseorang menggunakan gaya komunikasi *the withdrawal style* maka akibat yang adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya komunikasi ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan atau kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut. Ketika seseorang mengatakan “saya tidak ingin dilibatkan dalam persoalan ini”, bermakna bahwa ia mencoba melepaskan diri dari tanggung jawab, tetapi juga mengindikasikan suatu keinginan untuk menghindari komunikasi dengan orang lain. Gaya komunikasi *the withdrawal style* atau menarik diri merupakan salah satu pendekatan di mana seseorang secara sengaja menarik diri dari kegiatan komunikasi atau mengurangi interaksi dengan orang lain. Hal ini bisa terjadi karena berbagai macam alasan, termasuk adanya ketidaknyamanan yang dirasakan, konflik, kebosanan, atau seseorang memiliki perasaan tidak dihargai. Gaya ini sering dianggap sebagai cara seseorang untuk menghindari konfrontasi atau situasi yang tidak menyenangkan.

Ciri - ciri seseorang memiliki gaya komunikasi *The withdrawal style* antara lain:

- a. Minim interaksi, mengurangi ataupun menghindari percakapan dan interaksi sosial.
- b. Respon singkat, saat menjawab pertanyaan seseorang hanya memberikan jawaban yang singkat dan tidak mendalam saat ditanya.
- c. Menghindari konfrontasi, menghindari diskusi atau situasi yang dapat memicu konflik saat berinteraksi.
- d. Kurang terlibat, kurang atau tidak terlibat secara aktif dalam kegiatan diskusi atau kegiatan berkelompok.
- e. Bahasa tubuh tertutup, menunjukkan bahasa tubuh yang tertutup, seperti melipat tangan dan selalu menghindari kontak mata dengan orang lain.

Dengan memahami dan menggunakan gaya komunikasi *The withdrawal style* secara bijaksana, seseorang dapat menghindari konflik yang tidak perlu terjadi, memberikan waktu terhadap diri sendiri untuk merenung, dan kembali dengan perspektif yang lebih segar sehingga bisa menjalin komunikasi lebih efektif.

Selain jenis – jenis gaya komunikasi yang telah jelaskan di atas perlu juga diketahui tipe - tipe untuk dapat mengetahui gambaran komunikasi. Menurut Canggara (2008) terdapat 4 tipe dasar yang digunakan untuk memberikan gambaran gaya komunikasi seseorang, yaitu:

1. Komunikasi Pasif Yaitu, seseorang yang tidak akan pernah membela diri sendiri, jika seorang komunikator pasif, maka akan menghindari untuk mengungkapkan pikiran, perasaan dan opininya.

Gaya komunikasi pasif di mana seseorang cenderung menghindari untuk menyampaikan pendapat, mengutarakan kebutuhan, atau perasaan mereka secara langsung. Mereka lebih memilih untuk menghindari konfrontasi dan menjaga perdamaian, sering kali dengan mengorbankan kepentingan atau hak mereka sendiri. Gaya komunikasi ini bisa dilihat dalam situasi di mana seseorang merasa tidak nyaman untuk berbicara atau merasa bahwa pendapat mereka tidak akan dihargai.

Dengan memahami dan mengenali komunikasi pasif, individu dapat membangun hubungan yang lebih sehat dan memuaskan, baik di lingkungan pribadi maupun profesional.

2. Komunikasi Agresif, seseorang yang berkomunikasi dengan tipe ini akan mempertahankan diri sendiri secara langsung namun kadang akan berperilaku tidak pantas. Komunikasi verbal yang digunakan terkesan melecehkan dan melanggar hak orang lain.

Komunikasi agresif merupakan tipe dasar komunikasi di mana seseorang mengekspresikan perasaan, kebutuhan, dan pendapatnya dengan cara yang dominan, memaksa, dan kadang-kadang kasar. Individu yang menganut tipe gaya komunikasi ini cenderung kurang memperhatikan perasaan

dan hak orang lain, yang sering kali menimbulkan konflik dan ketegangan dalam interaksi sosial.

3. Komunikasi Pasif – Agresif, ini merupakan tipe yang berhubungan langsung dengan masalah. Mereka tampaknya tidak memiliki masalah, namun secara tidak langsung mengekspresikan kemarahan dan frustrasi secara tiba-tiba. Komunikasi pasif- agresif adalah gaya komunikasi di mana seseorang mengekspresikan perasaan negatif atau ketidakpuasan yang dirasakan dengan cara yang tidak langsung dan manipulatif. Orang yang menggunakan gaya ini mungkin tampak kelihatan pasif tetapi sebenarnya mengekspresikan agresi mereka secara terselubung. Ini dapat mencakup perilaku seperti sindiran, penundaan, sikap, tidak peduli, atau tindakan sabotase. Gaya komunikasi pasif- agresif umumnya tidak direkomendasikan karena berefek negatif terhadap hubungan dan lingkungan kerja ataupun lingkungan sosial. Tetapi, seseorang mungkin menggunakan gaya ini ketika merasa tidak punya kekuatan atau merasa tidak aman saat mengekspresikan perasaan mereka secara langsung.
4. Komunikasi Tegas Yaitu seorang komunikator yang kuatlah yang dapat dikatakan bisa diposisi tipe ini. Jika seorang komunikator tegas, maka mereka akan efektif menyampaikan dan mengutarakan pikiran serta perasaannya secara jelas dan hormat.

Komunikasi tegas, sering juga disebut sebagai komunikasi asertif, merupakan gaya komunikasi di mana seseorang mengekspresikan perasaan, pendapat, dan kebutuhan mereka dengan cara yang jelas, langsung, dan jujur, tanpa mengorbankan hak orang lain. Komunikasi tegas menekankan keseimbangan antara menghormati diri sendiri dan orang lain, serta menghindari sifat agresif atau pasif. Dalam berbagai aspek kehidupan gaya komunikasi yang digunakan seseorang sangat penting, karena cara seseorang saat berkomunikasi dapat mempengaruhi hubungan, efektivitas, dan hasil dari interaksi seseorang dengan orang lain. Pentingnya seseorang memperhatikan gaya komunikasinya karena

dapat meningkatkan hubungan interpersonal, meningkatkan efektivitas di tempat kerja, mendukung kesehatan mental dan emosional, dan dapat menciptakan lingkungan yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alo, Liliweri. (2005). Komunikasi Antarpribadi. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Allen J. L., Rybczyk E.J., Judd B. 2006. Communication Style And The Managerial Effectiveness Of Male And Female Supervisors. Journal of business & economics research: University Of New Heaven.
- Cangara Hafied. 2015. Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- DeVito, Joseph A. (2013). The Interpersonal Communication Book 13th Edition. United States of America. Pearson Education, Inc.

BAB 8

KOMUNIKASI EFEKTIF

Oleh M. Fikri Akbar

8.1 Pendahuluan

Komunikasi adalah salah satu aspek fundamental dari kehidupan manusia. Dalam berbagai konteks, baik dalam kehidupan pribadi, profesional, maupun sosial, kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif sangat penting. Komunikasi yang efektif memungkinkan individu untuk menyampaikan ide, informasi, dan emosi dengan cara yang jelas dan dipahami oleh pihak lain. Di era globalisasi dan teknologi informasi yang berkembang pesat, kemampuan ini menjadi semakin krusial.

Komunikasi efektif adalah proses penyampaian pesan dengan cara yang jelas, langsung, dan dapat dipahami oleh penerima. Ini mencakup tidak hanya kata-kata yang digunakan, tetapi juga bagaimana pesan disampaikan melalui bahasa tubuh, intonasi, dan ekspresi wajah. Komunikasi yang efektif melibatkan kedua belah pihak: pengirim yang mampu menyampaikan pesan dengan tepat dan penerima yang mampu memahami serta merespons dengan baik (Nurhakiky, 2023).

Komunikasi yang efektif memiliki dampak yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan:

1. Peningkatan Hubungan Pribadi: Dalam hubungan interpersonal, komunikasi yang efektif membantu memperkuat ikatan emosional, mengurangi kesalahpahaman, dan membangun kepercayaan.
2. Produktivitas di Tempat Kerja: Di lingkungan profesional, kemampuan untuk berkomunikasi dengan jelas dapat meningkatkan produktivitas tim, memperbaiki kolaborasi, dan meminimalkan konflik.
3. Pembelajaran dan Pendidikan: Dalam konteks pendidikan, komunikasi yang efektif antara pengajar dan siswa

memastikan bahwa informasi dan konsep dapat dipahami dengan baik, sehingga meningkatkan hasil belajar.

4. Pengambilan Keputusan: Komunikasi yang efektif juga penting dalam proses pengambilan keputusan. Dengan informasi yang jelas dan tepat, keputusan dapat diambil secara lebih efisien dan efektif.

Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip yang dibahas, diharapkan pembaca dapat mengembangkan keterampilan komunikasi mereka, sehingga mampu berinteraksi dengan lebih efektif dalam berbagai konteks kehidupan (Siti Rohmah, 2021).

8.2 Elemen-elemen Komunikasi Efektif

Komunikasi efektif adalah keterampilan yang melibatkan berbagai elemen yang bekerja bersama untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dipahami dengan jelas dan diterima dengan baik oleh pihak lain. Berikut adalah beberapa elemen kunci dari komunikasi efektif.

8.2.1 Mendengarkan Aktif

Mendengarkan aktif adalah proses memberikan perhatian penuh kepada pembicara, memahami pesan yang disampaikan, dan merespons dengan tepat. Ini bukan hanya tentang mendengar kata-kata, tetapi juga tentang memahami makna di balik kata-kata tersebut. Teknik mendengarkan aktif meliputi:

1. Memperhatikan dengan Sungguh-sungguh: Memberikan perhatian penuh tanpa gangguan.
2. Menggunakan Bahasa Tubuh yang Positif: Menunjukkan ketertarikan dengan mengangguk, menjaga kontak mata, dan menghadapkan tubuh ke arah pembicara.
3. Merangkum dan Mengulangi: Mengulang kembali atau merangkum poin utama untuk memastikan pemahaman.
4. Mengajukan Pertanyaan Klarifikasi: Mengajukan pertanyaan untuk memperjelas dan memastikan pemahaman yang tepat (Yulianti *et al.*, 2022).

8.2.2 Bahasa Tubuh

Bahasa tubuh adalah cara kita menggunakan gerakan, ekspresi wajah, postur, dan kontak mata untuk menyampaikan pesan non-verbal. Bahasa tubuh yang efektif dapat memperkuat pesan verbal dan membantu penerima memahami niat dan emosi kita. Beberapa aspek penting dari bahasa tubuh meliputi:

1. Ekspresi Wajah: Menggunakan ekspresi yang sesuai dengan pesan yang disampaikan.
2. Postur Tubuh: Berdiri atau duduk dengan cara yang menunjukkan keterbukaan dan kepercayaan diri.
3. Kontak Mata: Menjaga kontak mata untuk menunjukkan perhatian dan ketulusan.
4. Gerakan Tangan: Menggunakan gerakan tangan untuk menekankan poin penting atau menggambarkan ide.

8.2.3 Kejelasan dan Keringkasan

Kejelasan dan keringkasan adalah kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang mudah dimengerti dan tanpa bertele-tele. Ini melibatkan penggunaan bahasa yang sederhana dan langsung, serta menghindari jargon atau istilah teknis yang mungkin tidak dipahami oleh penerima. Tips untuk mencapai kejelasan dan keringkasan meliputi:

1. Menggunakan Kalimat Singkat: Menyusun kalimat yang jelas dan tidak berbelit-belit.
2. Fokus pada Poin Utama: Menyampaikan informasi inti tanpa menyertakan detail yang tidak perlu.
3. Menghindari Ambiguitas: Memastikan bahwa pesan tidak dapat disalahartikan.

8.2.4 Empati

Empati adalah kemampuan untuk memahami dan merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain. Dalam komunikasi, empati memungkinkan kita untuk melihat situasi dari perspektif orang lain dan merespons dengan cara yang lebih bijaksana dan mendukung. Elemen empati dalam komunikasi meliputi (Harahap *et al.*, 2023):

1. Menunjukkan Pengertian: Mengakui perasaan dan perspektif orang lain.
2. Respon yang Tepat: Menanggapi dengan cara yang menunjukkan bahwa kita peduli dan memahami.
3. Menyesuaikan Gaya Komunikasi: Menyesuaikan cara kita berkomunikasi untuk memenuhi kebutuhan emosional orang lain.

8.2.5 Umpan Balik

Umpan balik adalah proses memberikan informasi kepada seseorang tentang bagaimana perilaku atau pesan mereka diterima dan dipahami. Umpan balik yang efektif membantu memperkuat perilaku positif dan memperbaiki yang negatif. Beberapa prinsip umpan balik yang baik meliputi:

1. Bersifat Konstruktif: Fokus pada bagaimana penerima dapat memperbaiki atau meningkatkan diri.
2. Spesifik dan Jelas: Memberikan contoh konkret dan jelas tentang apa yang diharapkan.
3. Tepat Waktu: Memberikan umpan balik sesegera mungkin setelah kejadian yang relevan.
4. Disampaikan dengan Hormat: Menggunakan bahasa yang sopan dan menghargai penerima.

8.2.6 Kesadaran Konteks

Komunikasi harus selalu disesuaikan dengan konteks situasi. Ini berarti memahami situasi, lingkungan, dan budaya di mana komunikasi berlangsung. Kesadaran konteks meliputi:

1. Memahami Audiens: Mengetahui siapa yang menjadi penerima pesan dan apa yang mereka butuhkan atau harapkan.
2. Menyesuaikan Nada dan Gaya: Menyesuaikan cara berbicara dan menulis sesuai dengan situasi dan audiens.
3. Memperhatikan Lingkungan: Menyadari faktor lingkungan yang dapat mempengaruhi komunikasi, seperti gangguan atau kebisingan.

8.2.7 Adaptabilitas

Adaptabilitas adalah kemampuan untuk menyesuaikan cara berkomunikasi berdasarkan respon yang diterima dan situasi yang berubah. Komunikator yang efektif harus fleksibel dan mampu mengubah pendekatan mereka sesuai kebutuhan. Adaptabilitas melibatkan (Utami, 2015):

1. Menyesuaikan Gaya Komunikasi: Mengubah cara berbicara atau menulis sesuai dengan audiens dan situasi.
2. Merespons Umpan Balik: Menggunakan umpan balik untuk memperbaiki dan menyesuaikan komunikasi.
3. Mengelola Perubahan: Mampu beradaptasi dengan perubahan situasi atau kebutuhan tanpa kehilangan kejelasan atau tujuan komunikasi.

8.2.8 Penggunaan Teknologi

Dalam era digital, komunikasi tidak lagi terbatas pada interaksi tatap muka. Penggunaan teknologi yang efektif melibatkan pemilihan alat komunikasi yang tepat dan memahami etiket digital. Elemen ini meliputi:

1. Memilih Alat yang Tepat: Menentukan apakah email, pesan instan, video call, atau media sosial adalah cara terbaik untuk menyampaikan pesan.
2. Menjaga Profesionalisme: Memastikan bahwa komunikasi digital tetap profesional dan sesuai dengan etiket.
3. Mengelola Informasi: Menggunakan teknologi untuk menyimpan dan menyampaikan informasi dengan cara yang aman dan efisien.

Elemen-elemen komunikasi efektif bekerja bersama untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dipahami dengan baik oleh penerima. Dengan fokus pada mendengarkan aktif, bahasa tubuh, kejelasan, empati, umpan balik, kesadaran konteks, adaptabilitas, dan penggunaan teknologi, individu dapat meningkatkan kemampuan komunikasi mereka dan membangun hubungan yang lebih kuat dan lebih produktif (Pratimi and Satyawan, 2022).

8.3 Teknik dan Strategi Komunikasi Efektif

Komunikasi efektif memerlukan pemahaman dan penerapan teknik serta strategi yang memastikan pesan dapat disampaikan dan diterima dengan baik. Berikut ini adalah beberapa teknik dan strategi yang dapat membantu meningkatkan keterampilan komunikasi:

8.3.1 Teknik Mendengarkan Aktif

Mendengarkan aktif adalah dasar dari komunikasi yang efektif. Teknik ini mencakup beberapa langkah penting. Berikan Perhatian Penuh, Matikan gangguan seperti ponsel atau televisi dan fokuslah pada pembicara.

1. Gunakan Isyarat Non-Verbal: Kontak mata, anggukan, dan postur tubuh yang terbuka menunjukkan bahwa Anda mendengarkan.
2. Tunda Penilaian: Dengarkan seluruh pesan tanpa langsung membuat penilaian atau interupsi.
3. Rangkum dan Klarifikasi: Ulangi atau rangkum apa yang telah dikatakan untuk memastikan pemahaman dan meminta klarifikasi jika ada hal yang tidak jelas.
4. Berikan Respon yang Sesuai: Tanggapi dengan empati dan relevan dengan apa yang dibicarakan.

8.3.2 Menggunakan Bahasa Tubuh yang Tepat

Bahasa tubuh sering kali lebih kuat dari kata-kata yang diucapkan. Beberapa teknik untuk menggunakan bahasa tubuh secara efektif meliputi:

1. Ekspresi Wajah: Pastikan ekspresi wajah Anda sesuai dengan pesan yang Anda sampaikan.
2. Postur Tubuh: Berdiri atau duduk dengan postur yang menunjukkan keterbukaan dan ketertarikan.
3. Gerakan Tangan: Gunakan gerakan tangan untuk menekankan poin penting, tetapi hindari gerakan yang berlebihan atau mengganggu.
4. Kontak Mata: Jaga kontak mata secara alami untuk menunjukkan ketulusan dan perhatian.

8.3.3 Menyampaikan Pesan dengan Jelas dan Singkat

Kejelasan dan keringkasan dalam menyampaikan pesan adalah kunci untuk menghindari kebingungan. Teknik yang dapat digunakan termasuk (Nurhakiky, 2023):

1. Gunakan Bahasa Sederhana: Hindari jargon atau istilah teknis yang mungkin tidak dipahami oleh audiens.
2. Fokus pada Poin Utama: Sampaikan informasi inti tanpa menyertakan detail yang tidak perlu.
3. Struktur yang Logis: Susun pesan Anda dengan cara yang terstruktur dan logis, mulai dari pengenalan, poin utama, dan kesimpulan.
4. Periksa Pemahaman: Pastikan penerima mengerti pesan Anda dengan mengajukan pertanyaan atau meminta mereka untuk mengulangi pesan tersebut.

8.3.4 Membangun Empati dalam Komunikasi

Empati membantu menciptakan hubungan yang lebih kuat dan saling pengertian dalam komunikasi. Beberapa strategi untuk membangun empati meliputi (Kartini *et al.*, 2024):

1. Dengar dengan Empati**: Tempatkan diri Anda pada posisi orang lain dan coba rasakan apa yang mereka rasakan.
2. Berikan Respon yang Menghargai**: Tunjukkan bahwa Anda memahami dan menghargai perspektif mereka.
3. Gunakan Bahasa yang Positif**: Hindari kritik langsung dan fokus pada bahasa yang mendukung dan membangun.
4. Tunjukkan Perhatian**: Pertanyakan perasaan dan pikiran mereka untuk menunjukkan ketertarikan dan perhatian.

8.3.5 Memberikan dan Menerima Umpan Balik yang Konstruktif

Umpan balik yang efektif adalah elemen penting dalam komunikasi yang sukses. Beberapa teknik untuk memberikan dan menerima umpan balik meliputi (Mardliyah, Yulianingsih and Putri, 2020):

1. Fokus pada Perilaku, Bukan Orangnyanya: Kritik perilaku atau tindakan tertentu, bukan kepribadian orang tersebut.

2. Jadikan Umpan Balik Spesifik: Berikan contoh konkret dan hindari generalisasi.
3. Bersikap Positif dan Konstruktif: Sertakan saran perbaikan dan dorongan untuk perubahan positif.
4. Terima Umpan Balik dengan Terbuka: Dengarkan umpan balik tanpa defensif, dan gunakan sebagai peluang untuk belajar dan berkembang.

8.3.6 Menyesuaikan Komunikasi dengan Konteks

Konteks situasi sangat mempengaruhi cara kita berkomunikasi. Beberapa strategi untuk menyesuaikan komunikasi meliputi:

Kenali Audiens Anda: Pahami kebutuhan, harapan, dan latar belakang audiens (Afriyadi, 2015).

1. Sesuaikan Nada dan Gaya Komunikasi: Pilih nada dan gaya yang sesuai dengan situasi dan hubungan dengan audiens.
2. Perhatikan Lingkungan: Pastikan lingkungan mendukung komunikasi yang efektif, misalnya memilih tempat yang tenang dan nyaman untuk diskusi penting.
3. Adaptasi terhadap Budaya: Pahami dan hormati perbedaan budaya dalam komunikasi, termasuk norma-norma dan etiket yang berbeda.

8.3.7 Menggunakan Teknologi secara Efektif

Dalam era digital, kemampuan menggunakan teknologi komunikasi dengan tepat sangat penting. Beberapa strategi yang dapat digunakan meliputi (Utami, 2015):

1. Pilih Alat yang Tepat: Tentukan apakah email, pesan instan, video call, atau media sosial adalah cara terbaik untuk menyampaikan pesan.
2. Jaga Profesionalisme: Pastikan komunikasi digital tetap profesional dan sesuai dengan etiket.
3. Manfaatkan Fitur Teknologi: Gunakan fitur seperti konferensi video, berbagi layar, dan dokumen bersama untuk meningkatkan kolaborasi.
4. Kelola Informasi dengan Aman: Pastikan informasi sensitif disampaikan melalui saluran yang aman dan terenkripsi.

8.3.8 Menyesuaikan Gaya Komunikasi

Kemampuan untuk beradaptasi dan menyesuaikan gaya komunikasi sesuai dengan audiens dan situasi sangat penting. Beberapa teknik yang dapat diterapkan meliputi (Muali and Fatmawati, 2022):

1. Pahami Preferensi Audiens: Kenali apakah audiens lebih menyukai komunikasi formal atau informal, lisan atau tulisan.
2. Gunakan Metafora dan Analogi: Ketika berkomunikasi dengan audiens yang memiliki latar belakang berbeda, gunakan metafora dan analogi yang relevan untuk menjelaskan konsep yang kompleks.
3. Fleksibilitas dalam Pendekatan: Siap untuk mengubah pendekatan komunikasi berdasarkan respon audiens dan perubahan situasi.

Teknik dan strategi komunikasi efektif adalah keterampilan yang dapat dipelajari dan ditingkatkan melalui latihan dan pengalaman. Dengan menerapkan mendengarkan aktif, menggunakan bahasa tubuh yang tepat, menyampaikan pesan dengan jelas dan singkat, membangun empati, memberikan dan menerima umpan balik konstruktif, menyesuaikan komunikasi dengan konteks, menggunakan teknologi secara efektif, dan menyesuaikan gaya komunikasi, individu dapat meningkatkan kemampuan komunikasi mereka dan membangun hubungan yang lebih kuat dan produktif (Utami, 2015).

8.4 Pengembangan Keterampilan Komunikasi

Pengembangan keterampilan komunikasi adalah proses berkelanjutan yang melibatkan peningkatan kemampuan menyampaikan dan menerima pesan secara efektif. Berikut ini adalah beberapa langkah dan strategi untuk mengembangkan keterampilan komunikasi:

8.4.1 Latihan dan Praktik

Latihan dan praktik yang konsisten adalah kunci untuk mengembangkan keterampilan komunikasi. Beberapa metode yang efektif meliputi:

1. *Role-Playing*: Berlatih situasi komunikasi nyata dengan teman atau rekan kerja untuk mengasah kemampuan berbicara dan mendengarkan.
2. *Merekam Diri Sendiri*: Merekam presentasi atau percakapan dan kemudian meninjaunya untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki.
3. *Feedback*: Mencari umpan balik dari orang lain tentang bagaimana Anda berkomunikasi dan menggunakan umpan balik tersebut untuk melakukan perbaikan.
4. *Praktik Harian*: Berlatih komunikasi dalam berbagai konteks sehari-hari, seperti saat berbicara dengan rekan kerja, teman, atau anggota keluarga (Chadijah, Suhana and Sri, 2023).

8.4.2 Pelatihan dan Pendidikan

Mengikuti pelatihan dan program pendidikan dapat membantu meningkatkan keterampilan komunikasi. Beberapa opsi yang dapat dipertimbangkan meliputi :

1. *Kursus dan Workshop*: Mengikuti kursus atau workshop yang fokus pada keterampilan komunikasi, seperti public speaking, negosiasi, atau penulisan bisnis.
2. *Seminar dan Webinar*: Menghadiri seminar dan webinar yang menawarkan wawasan dan strategi baru dalam komunikasi.
3. *Pendidikan Formal*: Mendaftar di program akademis yang menawarkan pelajaran dalam bidang komunikasi, seperti komunikasi bisnis, jurnalisme, atau hubungan masyarakat.
4. *Mentoring*: Mencari mentor yang memiliki keterampilan komunikasi yang baik dan belajar dari pengalaman serta bimbingan mereka.

8.4.3 Pengembangan Diri dan Refleksi

Refleksi diri adalah cara yang efektif untuk memahami kekuatan dan kelemahan dalam komunikasi. Langkah-langkah yang dapat diambil meliputi (Harahap *et al.*, 2023):

1. **Evaluasi Diri:** Menilai kemampuan komunikasi Anda sendiri dengan jujur dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.
2. **Jurnal Komunikasi:** Menulis jurnal tentang pengalaman komunikasi harian Anda dan refleksikan apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki.
3. **Belajar dari Pengalaman:** Mengambil pelajaran dari setiap interaksi komunikasi, baik yang sukses maupun yang tidak.
4. **Pengembangan Emosi:** Mengelola emosi pribadi agar tidak mengganggu proses komunikasi, seperti belajar teknik relaksasi dan manajemen stres.

8.4.4 Mengukur Kemampuan Komunikasi

Menetapkan metode untuk mengukur perkembangan keterampilan komunikasi Anda dapat membantu memastikan bahwa Anda terus meningkat. Beberapa cara untuk mengukur kemampuan ini meliputi (Afriyadi, 2015):

1. **Feedback 360 Derajat:** Menggunakan umpan balik dari berbagai sumber, seperti rekan kerja, atasan, dan bawahan, untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap tentang kemampuan komunikasi Anda.
2. **Tes dan Kuesioner:** Menggunakan alat tes dan kuesioner untuk menilai keterampilan komunikasi dan mendapatkan wawasan tentang area yang perlu ditingkatkan.
3. **Pemantauan Perkembangan:** Membuat daftar tujuan dan sasaran komunikasi, kemudian secara rutin memantau dan mengevaluasi kemajuan.
4. **Rekaman Kemajuan:** Menyimpan catatan tentang upaya pengembangan keterampilan Anda dan hasilnya untuk melihat perubahan dari waktu ke waktu.

8.4.5 Mengembangkan Keterampilan Khusus

Mengembangkan keterampilan komunikasi spesifik yang relevan dengan situasi atau kebutuhan tertentu dapat sangat bermanfaat. Beberapa keterampilan khusus yang dapat dikembangkan meliputi (Kartini *et al.*, 2024):

1. *Public Speaking*: Meningkatkan kemampuan berbicara di depan umum melalui latihan, kursus, dan menghadiri grup toastmasters.
2. *Negosiasi*: Belajar teknik negosiasi untuk mencapai hasil yang diinginkan dalam berbagai situasi bisnis dan pribadi.
3. *Penulisan Efektif*: Meningkatkan keterampilan menulis untuk menyampaikan pesan secara jelas dan profesional dalam email, laporan, dan dokumen lainnya.
4. *Komunikasi Antarbudaya*: Mengembangkan keterampilan untuk berkomunikasi dengan orang dari latar belakang budaya yang berbeda, termasuk memahami etiket dan norma-norma budaya.

8.4.6 Menggunakan Teknologi untuk Pengembangan

Teknologi dapat menjadi alat yang sangat berguna dalam mengembangkan keterampilan komunikasi. Beberapa cara untuk memanfaatkan teknologi meliputi:

1. *Aplikasi dan Platform Pembelajaran*: Menggunakan aplikasi dan platform pembelajaran online seperti Coursera, Udemy, atau LinkedIn Learning untuk mengikuti kursus komunikasi.
2. *Sumber Daya Online*: Membaca artikel, menonton video, dan mengikuti blog yang menawarkan tips dan strategi komunikasi.
3. *Grup dan Komunitas Online*: Bergabung dengan forum atau grup online yang fokus pada pengembangan keterampilan komunikasi untuk berbagi pengalaman dan belajar dari orang lain.
4. *Simulasi Virtual*: Menggunakan alat simulasi virtual untuk berlatih situasi komunikasi tertentu, seperti presentasi atau negosiasi.

Pengembangan keterampilan komunikasi adalah proses berkelanjutan yang memerlukan komitmen untuk belajar dan berlatih secara konsisten. Dengan menggunakan berbagai metode seperti latihan dan praktik, pelatihan dan pendidikan, refleksi diri, pengukuran kemampuan, pengembangan keterampilan khusus, dan memanfaatkan teknologi, individu dapat meningkatkan kemampuan komunikasi mereka. Keterampilan komunikasi yang baik akan membawa manfaat besar dalam kehidupan pribadi dan profesional, membantu membangun hubungan yang lebih kuat, memecahkan masalah lebih efisien, dan mencapai tujuan secara lebih efektif (Muali and Fatmawati, 2022).

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyadi, F. (2015) 'Efektivitas Komunikasi Interperonal antara Atasan dan Bawaha', *eJournal Ilmu Komunikasi*, 3(1), pp. 362–376.
- Chadijah, S., Suhana, A. and Sri, R. (2023) 'Pendahuluan', 11, pp. 70–81.
- Harahap, S.Z. *et al.* (2023) 'Penyuluhan Etika dan Attitude Bermedia Sosial di Usia Remaja Pada Tingkat Sekolah Menengah Atas', *Ika Bina En Pabolo: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5, pp. 1–14. Available at: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>.
- Kartini, K. *et al.* (2024) 'Jalur Komunikasi yang berhasil: Strategi Peningkatan Keterampilan Anak Muda dalam Berbicara dan Mendengar', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), pp. 1169–1175.
- Mardiyah, S., Yulianingsih, W. and Putri, L.S.R. (2020) 'Sekolah Keluarga: Menciptakan Lingkungan Sosial untuk Membangun Empati dan Kreativitas Anak Usia Dini', *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(1), p. 576. Available at: <https://doi.org/10.31004/obsesi.v5i1.665>.
- Muali, C. and Fatmawati, S. (2022) 'Peran Orang Tua Meningkatkan Kecerdasan Emosional Anak; Analisis Faktor dan Strategi dalam Perspektif Islam', *Fitrah: Journal of Islamic Education*, 3(2), pp. 85–100. Available at: <https://doi.org/10.53802/fitrah.v3i2.135>.
- Nurhakiky, S.M. (2023) 'Komunikasi Pendidikan Islam: Tinjauan Model Implementatif Praktis di Sekolah', *GAPAI: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 01(02), pp. 215–224. Available at: <http://journal.ptiq.ac.id/index.php/gapai/>.
- Pratimi, S. and Satyawan, A. (2022) 'Pola Komunikasi dan Interaksi Dalam Menghadapi Gejar Budaya Adaptasi Mahasiswa Asing di Universitas Sebelas Maret Surakarta (Studi Kasus terhadap Mahasiswa Asing yang bukan berasal dari Negara berbahasa Inggris di Universitas Sebelas Maret Ditinjau dari L', 2015, pp. 1–21.
- Siti Rohmah (2021) *Teori-teori komunikasi*.

- Utami, L.S.S. (2015) 'Teori-Teori Adaptasi Antar Budaya', *Jurnal Komunikasi*, 7(2), pp. 180–197.
- Yulianti, Y. *et al.* (2022) 'Penerapan Model Pembelajaran Radec Terhadap Peningkatan Kemampuan Berpikir Kritis Siswa', *Jurnal Cakrawala Pendas*, 8(1), pp. 47–56. Available at: <http://dx.doi.org/10.31949/jcp.v6i1.3350>.

BAB 9

KOMUNIKASI SEBAGAI KOMPETENSI

Oleh Moh. Syahriar Sugandi

9.1 Pendahuluan

Proses komunikasi secara ringkas terdiri atas beberapa komponen yaitu sumber-penerima, pesan, saluran, *noise*, *effect*, dan konteks yang melingkupinya (De Vito, 2018:7). Komunikasi dalam pandangan model transaksional secara tegas menempatkan pelaku komunikasi atau komunikator, baik sumber dan penerima pesan sebagai pihak yang secara aktif dan simultan melakukan proses penerimaan dan pemaknaan atas pesan (Adler et al., 2017:9-10). Berdasarkan pandangan transaksional tersebut maka isi pesan dalam sebuah peristiwa komunikasi bersifat bebas untuk diterima dan dimaknai para pelaku komunikasi, bersifat timbal balik, dan setiap tindakan komunikasi akan menimbulkan dampak yang cenderung menetap.

Komunikasi dipandang efektif ketika pesan yang disampaikan dapat dimaknai dengan baik dan tepat sesuai dengan tujuan komunikasi. Peristiwa komunikasi, baik yang melibatkan dua orang atau lebih dapat berjalan tidak efektif disebabkan hadirnya hambatan atau gangguan dalam peristiwa komunikasi. Morris dan Wardhany (2009:22) menekankan gangguan atau *noise* dalam komunikasi berkaitan dengan hal-hal yang mengintervensi proses pencapaian tujuan komunikasi. Secara tidak langsung hambatan berkaitan dengan upaya-upaya untuk mencapai komunikasi secara efektif.

Effendy (2003) menjelaskan bahwa komunikasi efektif secara utuh sulit dicapai disebabkan munculnya beberapa hambatan, secara ringkas terdapat beberapa jenis hambatan yaitu gangguan semantik dan gangguan mekanik. Gangguan mekanik umumnya berkaitan dengan intervensi pada saluran komunikasi yang digunakan, sedangkan gangguan semantik berkaitan dengan intervensi pada pesan atau isi komunikasi. Gangguan lainnya di luar

elemen saluran, pesan, yang sulit dikendalikan oleh para komunikator dijelaskan lebih lanjut sebagai gangguan lingkungan (Morissan & Wardhany, 2009:23). Pembagian yang lebih lengkap dijelaskan De Vito (2016:10) yaitu gangguan fisik (mekanis dan lingkungan), gangguan psikologis (situasi mental komunikator), gangguan fisiologis (inderawi atau sensori), dan gangguan semantik (sistem pemaknaan).

Hambatan dapat muncul pada saluran atau medium yang digunakan, pesan yang dipertukarkan, lingkungan yang melingkupi peristiwa komunikasi. Hambatan-hambatan juga dapat muncul berasal dan melekat pada pribadi komunikator. Hambatan pada diri komunikator yang muncul dalam peristiwa komunikasi dapat disebabkan misalnya faktor kepentingan, motivasi, atau prasangka, sehingga komunikator cenderung melakukan upaya selektif atas pesan tertentu berdasarkan konteks psikologis-situasional yang pada akhirnya berdampak pada proses dan tujuan berkomunikasi.

Hambatan pada komunikator seringkali disebabkan kemampuan atau kompetensi komunikasi yang dimiliki oleh para pelaku komunikasi belum memadai. Komunikasi bukan merupakan sebuah kemampuan yang tidak dapat dipelajari, bersifat genetik, maupun mengandalkan bakat yang hanya dimiliki segelintir individu semata. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik dapat dipelajari oleh siapapun, tentu kecepatan dan keluasan penguasaannya tetap mempertimbangkan kondisi tertentu, seperti pola asuh, lingkungan sosial, pendidikan, termasuk komponen pendorong seperti motif atau kebutuhan yang bersifat situasional.

Effendy (2003) lebih lanjut menjelaskan bahwa hambatan dapat bersifat objektif dan subjektif. Hambatan objektif merupakan gangguan dan halangan terhadap jalannya komunikasi, yang tidak disengaja dibuat oleh pihak lain, maupun disebabkan keadaan lingkungan yang tidak mendukung berlangsungnya komunikasi secara efektif. Penekanan pada unsur ketidaksengajaan membedakan hambatan objektif dengan hambatan subjektif. Hambatan subjektif adalah gangguan yang secara sengaja dibuat oleh komunikator sebagai bentuk penentangan atas proses komunikasi.

Konsekuensi logis atas hadirnya hambatan saat berkomunikasi tersebut memunculkan upaya-upaya untuk memperkuat kemampuan dalam berkomunikasi, salah satunya terkait dengan kompetensi komunikator sehingga proses komunikasi dapat berlangsung secara efektif. Pada bab ini akan dibahas secara khusus mengenai salah satu kompetensi komunikasi yang penting dalam mencapai komunikasi yang efektif yaitu asertivitas dalam berkomunikasi, termasuk pada bab ini akan membahas konsep inti, wawasan praktis, dan upaya meningkatkan perilaku asertif dalam berkomunikasi pada ragam aspek kehidupan.

9.2 Asertivitas Dalam Sudut Pandang Psikologi dan Komunikasi

Permasalahan komunikasi tidak dapat dilepaskan dari pertukaran pesan, sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa peristiwa komunikasi melibatkan proses pemaknaan atas pesan yang saling dipertukarkan, kita dapat memandang peristiwa komunikasi dalam sudut pandang yang relatif linier misalnya proses tukar menukar pesan sebagaimana digambarkan dalam model komunikasi matematikal Claude Shannon dan Warren Weaver yang memunculkan proses transmisi dan penerimaan kode-kode yang berlangsung secara sekuensial. Pandangan lain yang lebih tepat terkait peristiwa komunikasi yang dilakukan manusia dapat dicermati dalam model sirkular Ryan A. Osgood dan Wilbur Schramm yang menekankan proses pertukaran pesan sebagai sebuah proses non-sekuensial, berkesinambungan dan hadir secara bersamaan melalui mekanisme *coding-interpreter-decoding* (Effendy, 2003).

Pada proses penyampaian pesan yang melibatkan upaya perancangan unsur-unsur simbolik dalam berkomunikasi maka komunikator melibatkan dirinya untuk dapat mengungkapkan pesan-pesan tertentu kepada pihak yang dimaksud. Keberhasilan komunikasi secara sederhana sering dikaitkan dengan derajat penerimaan dan pemaknaan pesan. Semakin baik dan tepat pesan diterima dan dimaknai selaras dengan tujuan pesan maka dapat dinyatakan semakin berhasil sebuah upaya komunikasi berlangsung, sehingga dapat disimpulkan bahwa ketika individu

mampu mengungkapkan isi pesan sesuai dengan tujuan mereka, baik kebutuhan, pikiran, dan perasaan maka respons yang diharapkan dalam sebuah peristiwa komunikasi dapat tercapai.

Studi-studi terkait asertivitas dapat ditelusuri pada bidang psikologi, khususnya pada pertengahan abad ke-20. Studi yang berkembang sangat erat hubungannya dengan praktek klinis terutama dikaitkan dengan kondisi mental dan terapi perilaku, beberapa tokohnya dalam perkembangan kajian mengenai asertivitas diantaranya : Andrew Salter, Joseph Wolpe, dan Arnold Lazarus. Salah satu riset awal mengenai asertivitas dilakukan oleh Andrew Salter seorang psikolog dan psikoterapis dari Amerika, dalam risetnya Salter mencoba mengungkap penyebab ketidakpastian dan pengaruhnya terhadap kecemasan (neurotik), serta bagaimana cara menanganinya (Peneva and Mavrodiiev, 2013).

Pandangan Salter menunjukkan bahwa asertivitas merupakan bagian penting dalam interaksi sosial. Salter berpandangan bahwa asertivitas merupakan kunci penting dalam berkomunikasi, menurutnya individu yang dapat mengungkapkan kebutuhan, pikiran, dan perasaan mereka dengan jelas dan tegas akan mendapatkan respek dan dukungan dari orang lain.

Salter menggambarkan asertivitas sebagai kemampuan individu untuk mengekspresikan kebutuhan, pendapat, dan perasaan mereka dengan jelas dan tegas tanpa menjadi agresif atau pasif. Asertivitas merupakan keseimbangan antara keberanian dan rasa hormat terhadap diri sendiri serta orang lain. Salter percaya bahwa ketidakmampuan untuk bersikap asertif dapat menyebabkan masalah psikologis, seperti stres, kecemasan, dan ketidakpuasan hidup. Oleh karena itu, Salter berpandangan bahwa mengembangkan keterampilan asertif menjadi bagian penting dari pengembangan pribadi dan kesejahteraan emosional.

Salah satu konsep lain mengenai asertivitas yang selaras dengan pandangan Salter disampaikan pakar psikologi sosial dan komunikasi Albert Bandura melalui konsep *self efficacy* atau efikasi diri yang menjelaskan pentingnya keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk mengatasi situasi yang menuntut (Bandura, 1977). Individu yang memiliki efikasi diri/kepercayaan diri dalam memandang kemampuan mereka untuk berkomunikasi

secara efektif akan cenderung menjadi lebih mampu untuk bersikap asertif dalam komunikasi dan interaksi sosial. Mereka memiliki keyakinan diri yang kuat dalam kemampuan mereka untuk menyampaikan pendapat, kebutuhan, dan perasaan mereka dengan jelas dan tegas tanpa merasa terintimidasi oleh orang lain.

Pandangan Bandura dalam teori kognitif sosial, yang berkaitan dengan pandangan-pandangan dalam kajian pembelajaran sosial menekankan pentingnya pengalaman pribadi, observasi orang lain dalam lingkungan sosial, respons sosial, dan faktor-faktor kognitif lainnya dalam membentuk dan memperkuat keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk bersikap dalam sebuah situasi sosial (Littlejohn and Foss, 2009). Misalnya, melalui pengalaman positif dalam mengatasi situasi komunikasi yang menantang, seseorang dapat meningkatkan keyakinan mereka untuk bersikap asertif di masa depan. Sehingga tingkat efikasi diri yang tinggi dapat menjadi prediktor penting dari kemampuan seseorang untuk bersikap asertif dalam berbagai situasi komunikasi dan interaksi sosial. Asertivitas tidak dapat dilepaskan dari sosialitas individu dalam interaksi sosial, secara tegas interaksi sosial yang baik menuntut adanya derajat perilaku asertif oleh para pelakunya, namun demikian perilaku tersebut juga dibentuk dalam interaksi sosial yang muncul dalam keseharian individu, dan terakumulasi sebagai sebuah pengetahuan sosial.

Berikutnya, pengembangan studi mengenai asertivitas pada abad ke-21 banyak berkaitan dengan penerapan asertivitas dan kemampuan asertif dalam berbagai lingkup kehidupan sosial dan profesional. Beberapa kajian fokus pada penerapannya di sistem pendidikan terkait bagaimana kemampuan asertif murid maupun guru dalam proses pembelajaran, kajian lainnya dikembangkan dalam lingkup komunikasi organisasi, khususnya terkait kemampuan asertif dalam aspek kepemimpinan. Asertivitas juga banyak dikaji dalam lingkup manajemen olahraga, misalnya bagaimana pola komunikasi para atlet dalam situasi pertandingan yang *fair play* (Peneva and Mavrodiev, 2013).

De Vito dalam bukunya mengenai komunikasi manusia yang banyak membahas mengenai komunikasi antarpribadi menegaskan berkomunikasi secara asertif berarti menyampaikan atau

mendeskripsikan sebuah permasalahan, menyampaikan bagaimana dampak masalah tersebut kepada diri, mengajukan alternatif solusi, memastikan pemahaman, dan merefleksikan sikap asertif atau ketegasan tersebut (De Vito, 2016:350).

Dalam konteks kajian komunikasi antarpribadi yang salah satunya mencermati dinamika arah pengembangan hubungan antarpribadi, asertivitas memainkan peran penting karena individu yang asertif mampu mengekspresikan kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka dengan jelas kepada pasangan mereka. Individu yang asertif cenderung menunjukkan contoh perilaku yang terbuka, jujur, dan tegas. Pasangan yang peka dan responsif akan menanggapi secara positif terhadap asertivitas ini, lebih lanjut membantu menciptakan lingkungan dan situasi komunikasi di mana kedua pihak merasa didengar dan dihargai.

Asertivitas dalam kompetensi komunikasi melibatkan kemampuan individu untuk berinteraksi secara efektif dengan orang lain. Asertivitas dan kompetensi komunikasi lainnya saling mendukung dan melengkapi satu sama lain, membentuk dasar untuk interaksi sosial yang sukses dan hubungan interpersonal yang sehat. Asertivitas memainkan peran penting dalam membina hubungan interpersonal yang sehat. Baik dengan keluarga, teman, atau pasangan, komunikasi asertif meningkatkan kejujuran, saling menghormati, dan pemecahan masalah yang efektif.

9.3 Asertivitas Komunikasi

Komunikasi selalu mengandung dimensi isi dan dimensi hubungan, dimensi isi berkaitan dengan konten pesan sebagaimana dimaksudkan oleh pengirim pesan, sedangkan dimensi hubungan berkaitan dengan konteks relasional yang melekat hadir antara para komunikator dan turut mendefinisikan dimensi isi dalam sebuah peristiwa komunikasi yang berlangsung (De Vito, 2016:13-14).

Isi pesan baik secara verbal maupun nonverbal selalu memiliki potensi kesalahan dalam proses penyampaiannya, baik dalam tahap perancangan isi, pengiriman, maupun saat menerima dan memaknai isi pesan. Secara semantik pemanfaatan simbol verbal dan nonverbal dalam penyampaian pesan memiliki potensi kekeliruan seperti kesalahan dalam pelafalan, penulisan, artikulasi,

tanda baca, dan lainnya. Termasuk hambatan mekanis yang berkaitan dengan medium yang digunakan seperti gangguan sinyal saat berkomunikasi melalui telepon pintar. Komunikasi juga memiliki sifat simbolik, sehingga hadirnya perbedaan dalam proses pemaknaan atas pesan yang sama dalam konteks yang berbeda dapat terjadi, misalnya akibat adanya perbedaan latar sosiobudaya.

Potensi kesalahan pun akan menjadi semakin tinggi ketika komunikasi tidak mempertimbangkan dimensi hubungan, kontekstualisasi pemahaman atas relasi yang kurang tepat antara pelaku komunikasi dapat menghambat upaya pemaknaan pesan dalam sebuah peristiwa komunikasi. Berkomunikasi dengan pasangan, teman, atasan, orang tua, guru, atau misalnya pihak dengan latar profesi tertentu seperti polisi dan dokter selalu mengandung makna relasi/hubungan yang berbeda dikaitkan dengan peran sosial yang melekat pada masing-masing pihak saat berkomunikasi, dan kemudian mengarahkan dimensi isi pesan yang akan disampaikan.

Seorang pegawai di sebuah perusahaan dapat mengalami kebuntuan komunikasi ketika harus menyampaikan pendapatnya kepada atasannya mengenai kelemahan sebuah ide inovasi yang baru diterapkannya di perusahaan. Berbeda dengan seorang mahasiswa yang meski memiliki banyak pertanyaan dan pendapat yang ingin disampaikan lebih memilih diam saat sesi bimbingan saat berhadapan dengan seorang dosen yang cenderung mendominasi percakapan. Situasi lain yang serupa juga dapat dicermati dalam peristiwa komunikasi antara seorang anak dengan orang tua mereka, seringkali anak tidak mampu menyampaikan pandangan dan pendapat mereka dengan mudah mengenai suatu hal kepada orang tua mereka.

Beberapa contoh tersebut di atas menggambarkan bagaimana seorang pegawai, mahasiswa, maupun seorang anak yang cenderung mengalami kesulitan untuk menyampaikan pesan-pesan yang seharusnya dapat disampaikan kepada pihak lain dengan lebih tepat, mudah, dan baik.

Salah satu kompetensi komunikasi adalah kemampuan untuk menyampaikan pesan sesuai dengan dimensi isi dan dimensi hubungan yang melingkupinya. Komunikasi yang menempatkan

konteks situasional dan relasional membutuhkan kemampuan komunikator untuk “peka dan mampu membaca situasi” sehingga penyampaian dan pengolahan pesan sesuai dengan tujuan komunikasi yang diinginkan.

Asertivitas atau ketegasan adalah aspek mendasar dari komunikasi yang efektif, perilaku asertif dalam berkomunikasi memberdayakan individu untuk mengekspresikan pikiran, perasaan, dan kebutuhan mereka dengan cara yang jelas, percaya diri, dan penuh hormat. Komunikator perlu memiliki kemampuan untuk menyampaikan pikiran, pendapat, dan perasaan dengan jelas, tegas, dan lugas tanpa melanggar hak dan perasaan orang lain. Kemampuan ini disebut dengan asertivitas dalam komunikasi. Orang yang asertif mampu menyampaikan pesan dan atau mengekspresikan diri dengan kepercayaan diri tanpa perlu melanggar “kaidah-kaidah” yang bersifat normatif di sebuah lingkungan sosial-budaya ataupun “melarikan diri” dengan memilih bersikap diam, pasif, atau menghindar.

Asertivitas melibatkan keseimbangan antara menghormati hak dan perasaan orang lain serta mempertahankan hak dan kebutuhan diri sendiri. Ini melibatkan kemampuan untuk mengatakan “ya” atau “tidak” dengan jelas, mengemukakan pendapat tanpa merasa bersalah, dan menetapkan batas-batas pribadi dengan tegas. Orang yang memiliki keterampilan asertif dalam komunikasi cenderung memiliki hubungan yang lebih sehat dan lebih produktif dengan orang lain karena mereka mampu mengungkapkan diri secara jujur dan efektif tanpa menimbulkan konflik yang tidak perlu.

9.4 Asertivitas, Konsep Diri dan *Self-Disclosure*

Bagaimana cara seorang individu memandang dan mendeskripsikan diri sendiri tidak hanya berkaitan dengan cara individu tersebut berkomunikasi tetapi juga bagaimana dirinya merespons komunikasi orang lain. Konsep diri sebagai gambaran diri tidak terlepas dari persepsi yang hadir ketika kita menjawab siapa diri kita. Pandangan ini meliputi perasaan dan pemikiran diri tentang kekuatan dan kelemahan yang kita miliki, lebih lanjut konsep diri bersifat dinamis dan berkembang melalui gambaran diri

yang diperoleh dari orang lain tentang diri kita, perbandingan diri dengan orang lain, pengalaman budaya, dan kemudian direfleksikan sebagai bentuk evaluatif atas pemikiran dan perilaku diri dalam berbagai situasi dan lingkungan sosial. Charles Horton Cooley dalam De Vito (2016:77) menjelaskan konsep *the looking glass self* yaitu bagaimana gambaran diri individu akan tampak melalui hal-hal yang diungkapkan atau dikomunikasikan orang-orang lain kepada diri kita, sehingga apabila kita ingin mengetahui seberapa asertifnya diri kita maka kita akan mengetahuinya melalui pesan yang disampaikan, cara memperlakukan, dan reaksi yang diberikan oleh orang-orang di sekitar kita.

Konsep diri yang kita miliki juga terkait erat dengan persepsi kita mengenai harga diri. De Vito (2016:52) menjelaskan harga diri atau *self-esteem* sebagai sebuah ukuran seberapa berharganya diri Anda. Harga diri mencakup tiga komponen yaitu kognitif, afektif, dan perilaku.

Harga diri kognitif mengacu pada pemikiran atau pengetahuan diri tentang kekuatan dan kelemahan tentang siapa diri kita dan sejauh mana kita akan mengembangkan diri menjadi menjadi siapa. Secara singkat berkaitan dengan gambaran diri ideal yang kita miliki. Harga diri afektif berkaitan dengan kepuasan diri, sehingga dengan pengetahuan diri yang dimiliki sejauh mana gambaran tersebut menimbulkan perasaan yang dimiliki, jika anda relatif tidak puas dengan gambaran tersebut mungkin saja akan mengarah kepada perasaan tertekan atau depresi. Terakhir adalah harga diri perilaku berkaitan dengan bagaimana perilaku verbal dan nonverbal dalam berbagai situasi sosial misalnya pengungkapan diri, ketegasan, cara mengatasi masalah, mengelola konflik, termasuk gestur atau kiasan yang digunakan. Harga diri dalam komponen perilaku menggambarkan kecenderungan diri dalam memilih perilaku sosial dan komunikatif yang tepat seperti apakah kita akan menonjolkan diri dalam sebuah pertemuan kelas? Apakah kita membiarkan orang lain mengambil keuntungan dalam sebuah situasi negosiasi? atau apakah Anda cukup percaya diri untuk mengungkapkan siapa diri Anda sebenarnya kepada orang lain?

Asertivitas juga erat terkait dengan konsep diri seseorang. Konsep diri merujuk pada persepsi individu tentang diri mereka

sendiri, termasuk keyakinan, nilai-nilai, kekuatan, kelemahan, dan identitas mereka secara keseluruhan. Pandangan Bandura mengenai efikasi diri atau *self-efficacy* secara tepat menggambarkan keterkaitan tersebut. Individu yang memiliki konsep diri yang kuat dan positif cenderung lebih mampu mengungkapkan pendapat dan bersikap tegas dalam situasi komunikasi, melalui kepercayaan diri dan penghargaan atas diri yang tepat mereka cenderung nyaman dan tidak ragu untuk menegaskan pendapat, kebutuhan, dan perasaan mereka.

Konsep diri yang positif juga berkaitan dengan penerimaan diri, penetapan batasan yang tepat dan sehat dalam hubungan dan interaksi sosial, pengelolaan emosi, dan menerima masukan dan kritik dari orang lain. Melalui pengembangan konsep diri yang baik maka sikap asertif akan hadir dalam perilaku komunikasi dan berdampak positif dalam hubungan-hubungan sosial. Melalui konsep diri yang kuat memungkinkan individu untuk bersikap asertif secara lebih efektif, yang kemudian asertivitas akan membentuk dan memperkuat konsep diri yang positif melalui interaksi sosial yang sehat dan produktif.

Pengungkapan diri adalah jenis komunikasi di mana seseorang mengungkapkan informasi tentang dirinya yang biasanya cenderung disembunyikan (De Vito, 2016:55). Pengungkapan diri merujuk pada bentuk pengungkapan informasi tentang diri secara sadar, yaitu informasi yang melibatkan sesuatu yang tidak diketahui oleh penerima tentang diri kita. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keterbukaan diri seperti : konsep diri, latar budaya, faktor sosiodemografis, khalayak yang dihadapi, termasuk medium komunikasi yang dipilih dan digunakan.

Melalui interaksi sosial dan komunikasi bersama dengan orang lain maka kita dapat memperoleh pengetahuan atas ragam perspektif mengenai gambaran diri kita, semakin banyak kita memiliki gambaran tersebut maka kesadaran atas diri akan meningkat.

Secara alamiah dalam komunikasi antarpribadi dimensi hubungan akan berkaitan erat dengan dimensi isi, semakin kita merasa dekat atau intim dengan orang lain maka konten pesan yang dipertukarkan akan cenderung berubah menjadi lebih bernuansa

akrab atau bahkan mengungkapkan hal-hal pribadi. Di sisi lain semakin kita terbuka mengungkapkan diri dengan tepat mengenai diri kita kepada orang lain maka arah hubungan juga akan berubah dari situasi kaku dan berjarak menuju situasi keakraban. Sehingga pengungkapan diri dalam sudut pandang dimensi isi dan dimensi hubungan bersifat dialektis, kita akan mengungkapkan diri kepada mereka yang kita pandang akrab, di sisi lain ketika kita mengungkapkan diri kepada orang lain maka arah hubungan dapat berkembang menjadi lebih dekat.

Kita dapat mencapai kesadaran diri dengan memeriksa beberapa aspek diri kita yang mungkin tampak bagi orang lain juga bagi diri Anda sendiri. Salah satu instrumen yang biasa digunakan terkait kesadaran diri dibahas melalui konsep Johari Window (De Vito, 2016:50). Model visual ini dikembangkan oleh Joseph Luft dan Harry Ingham sebagai model psikologis yang digunakan untuk memahami dinamika interaksi antara diri sendiri dan orang lain. Model ini didasarkan pada dua gagasan utama bahwa kepercayaan dapat diperoleh dengan mengungkapkan informasi tentang diri kepada orang lain dan mempelajari diri sendiri berdasarkan masukan mereka.

Setiap orang diwakili oleh model Johari melalui empat kuadran atau dianalogikan sebagai panel kaca pada sebuah jendela. Masing-masing panel jendela menandakan derajat informasi pribadi, perasaan, motivasi dan apakah informasi itu diketahui atau tidak oleh diri sendiri atau orang lain. Model Johari dibagi menjadi empat kategori yaitu : kuadran terbuka, kuadran tersembunyi, kuadran buta, dan kuadran tertutup. Jendela Johari setiap orang akan berbeda, dan jendela setiap individu akan bervariasi dari satu waktu ke waktu lain dan dari satu situasi komunikasi ke situasi komunikasi lainnya.

Kesadaran diri sangat penting dalam komunikasi, cobalah untuk meningkatkan kesadaran akan kebutuhan, keinginan, kebiasaan, keyakinan, dan sikap Anda sendiri. Hal ini dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti mendengarkan orang lain, meningkatkan keterbukaan diri, mencari informasi tentang diri sendiri, berdialog dengan diri sendiri. Asertivitas berperan dalam hubungan tarik menarik antara bersikap terbuka dan bersikap

selektif dalam pengungkapan diri secara tepat. Asertivitas dalam komunikasi membantu diri kita meningkatkan kemampuan menerima umpan balik dan informasi dari orang lain yang kemudian akan membantu meningkatkan pemahaman yang lebih baik tentang diri kita dan juga mereka.

Dalam konteks yang lebih luas, asertivitas juga melekat dengan berbagai peran yang dimiliki individu dalam lingkungan dan sistem sosial, seperti peran sebagai orang tua, peran sebagai anak, termasuk peran dalam berbagai organisasi, dimana perilaku asertif dapat membantu individu dalam mengelola citra diri mereka, berkomunikasi secara efektif, dan menciptakan kesan yang positif pada orang lain.

9.5 Gaya Komunikasi Asertif

Asertivitas berkaitan dengan dengan gaya komunikasi yang dimunculkan komunikator saat berkomunikasi. Dalam kajian asertivitas komunikasi dikenal empat gambaran utama gaya komunikasi yang digunakan, dikenal sebagai matriks asertivitas. Matriks ini menggambarkan empat kuadran yang mewakili berbagai gaya komunikasi yaitu : pasif, agresif, pasif-agresif, dan asertif. Menggunakan matriks tersebut, individu dapat mengevaluasi respons dalam komunikasi mereka pada situasi-situasi tertentu, sehingga dapat menjadi instrumen untuk membantu individu memahami bagaimana mereka merespons situasi komunikasi berdasarkan tingkat asertivitas dan empati yang muncul.

Ketegasan dalam sebuah pesan memiliki keragaman. Bagaimana kita menyampaikan pernyataan tidak setuju kepada orang lain dalam situasi kelompok tentu berbeda saat berhadapan *one on one*. Cara kita mengungkapkan pendapat di medium grup chat pun akan berbeda dibandingkan ketika menyampaikannya secara tatap muka. Perasaan risih, sungkan, ragu, bahkan takut mungkin saja muncul dan perasaan tersebut berkaitan dengan tingkat ketegasan. Tingkat asertif atau ketegasan pada setiap individu berbeda dan juga beragam pada situasi yang berbeda juga. Bisa saja seseorang bersikap tegas dalam sebuah situasi dan kepada orang yang berbeda.

Sikap asertif berbeda dengan agresif, bersikap tegas bukan berarti menyerang dan ingin menang sendiri. Asertif merupakan kemampuan untuk menyampaikan pendapat “tanpa melewati batas” sehingga tujuan dalam komunikasi asertif adalah mencari *win-win solution*, bukan memaksakan keinginan atau menyebabkan pihak lain yang dihadapi merasa “kalah”.

Salah satu situasi komunikasi yang sering kali muncul saat terdapat perbedaan pendapat adalah munculnya potensi konflik. Banyak individu cenderung bersikap pasif dengan harapan menghindari konflik, dan banyak juga individu yang memanfaatkan sikap agresif untuk memenangkan situasi konflik. Berbeda dengan kedua sikap tersebut, seorang komunikator yang baik akan memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk mengelola konflik secara lebih efektif. Konflik dalam situasi komunikasi secara alamiah tidak mungkin dihilangkan sempurna, potensi perbedaan makna pesan yang terikat berdasarkan faktor-faktor yang sangat beragam menyebabkan perbedaan makna pesan sejatinya akan selalu muncul dalam setiap peristiwa komunikasi. Seorang komunikator perlu mengantisipasi potensi konflik, dengan mengelola konflik secara positif maka arah pengembangan hubungan dan tujuan komunikasi dapat mencapai titik yang lebih baik. Setiap konflik pada prinsipnya merupakan dinamika tarik menarik kepentingan antarpribadi terkait dengan upaya menyeimbangkan antara mencapai agenda dan tujuan pribadi dan pihak lain dengan berempati terhadap orang lain dan menyepakati tujuan bersama yang mengakomodasi kedua belah pihak.

Memunculkan perilaku komunikasi asertif menjadi salah satu cara paling efektif dalam mengelola konflik, dimana para pihak mengungkapkan isi hati dan kepala mereka secara jujur dan tepat untuk mencapai tujuan bersama tanpa menggunakan cara-cara yang merusak arah dan aspek hubungan di antara mereka. Adler dkk. (2017:223-226) dalam bukunya “Understanding Human Communication” menjelaskan beberapa gaya komunikasi yang umumnya muncul dalam situasi konflik yaitu :

1. **Non assertion** (non asertif), merupakan bentuk ketidakmampuan untuk mengungkapkan pikiran atau perasaan dalam suatu konflik. Ketidaktegasan untuk

menyatakan pandangan diri dapat muncul karena kurangnya rasa percaya diri, kurang memiliki kesadaran, dan keterampilan untuk menyampaikan pesan atau ekspresi secara langsung. Bentuk paling umum dari perilaku non asertif adalah penghindaran. Terdapat kecenderungan untuk memilih diam dan menerima keadaan daripada menghadapi masalah secara langsung dan memicu konflik yang harus diselesaikan. Bentuk lain perilaku “diam” adalah akomodasi, dalam pengertian menangani konflik dengan memilih mengalah dan mendahulukan kepentingan orang lain tanpa memperhatikan dan atau mempertimbangkan kebutuhannya sendiri. Bentuk akomodasi seringkali memiliki tujuan yang positif karena mengutamakan kepentingan bersama, namun perilaku yang tidak seimbang akhirnya akan memunculkan potensi konflik yang terpendam jika akomodasi hanya mengarah kepada aspek eksternal pihak lain, tanpa melihat kepada aspek internal diri.

2. ***Indirect communication*** (komunikasi tidak langsung), adalah bentuk penyampaian pesan secara tidak langsung yang umumnya bertujuan untuk “menyelamatkan muka” pihak lain yang terlibat dalam sebuah situasi komunikasi. Meski seringkali pesan dalam gaya berkomunikasi seperti ini tidak menggambarkan kejernihan pesan yang pasif, agresif maupun asertif namun komunikasi tidak langsung merupakan bentuk ekspresi yang lebih aktif dibandingkan non asertif. Komunikasi tidak langsung dapat melindungi diri dan pihak lain secara situasional sehingga komunikasi tidak langsung adalah cara yang paling umum dilakukan orang untuk mengajukan permintaan terutama jika kita tidak mengenal orang tersebut dengan baik atau jika kita merasa terintimidasi saat memintanya. Resiko dari pesan tidak langsung tentu saja adalah pihak lain akan salah memahami atau gagal menangkap pesan.
3. ***Passive aggression*** (pasif-agresif), gaya komunikasi ini sebaiknya dihindari, karena meski secara pengungkapan cenderung mendekati gaya komunikasi pasif, namun pesan

yang disampaikan disalurkan sebagai bentuk agresi yang disamarkan. Beberapa bentuk perilaku komunikasi ini adalah : (1) *pseudoaccomodators*, berpura-pura setuju pendapat lawan bicara ; (2) *guiltmakers*, memunculkan beban rasa bersalah atau “tidak enak” pada lawan bicara; (3) *trivial tyrannizers*, mengalihkan bentuk ketidaksepakatan dengan melakukan tindakan yang mengganggu kesepakatan seperti pura-pura lupa atau mengerjakan tugas tidak sepenuh hati ; (4) *witholders*, memunculkan gestur tertentu kepada lawan bicara meski tidak benar-benar menyatakan penolakan terhadap pandangan pihak lain, misalnya ketus, cemberut, dan sejenisnya ; (5) menyembunyikan ketidaksetujuan dalam bentuk pesan humor sehingga tidak tampak sepenuhnya bersalah.

4. **Direct aggression** (agresif secara langsung), berbanding terbalik dengan perilaku nonasersi maka komunikator yang menggunakan gaya agresif secara langsung tidak menutupi agresinya. Mereka secara terbuka menantang dan menyerang pihak lain melalui pesan-pesan yang menasar aspek pribadi dan harga diri orang lain yang dihadapi. Berkomunikasi secara verbal agresif dapat saja mencapai tujuan namun dalam arah pengembangan hubungan secara jangka panjang, pesan agresif yang menyakiti perasaan akan memicu konflik dan memperburuk relasi antarpribadi di kemudian hari.
5. **Assertion** (asertif/ketegasan), orang yang asertif menangani konflik dengan mengungkapkan kebutuhan, pikiran, dan perasaannya secara jelas dan langsung, tetapi tanpa menghakimi atau memaksakan pendapat kepada orang lain. Mereka mempunyai sikap bahwa seringkali masalah dapat diselesaikan demi mencapai tujuan bersama (*win-win solution*). Perilaku asertif dalam berkomunikasi tidak memastikan tercapainya tujuan secara mutlak, namun berkomunikasi secara asertif dapat menjaga harga diri baik pihak yang melakukan asersi maupun orang-orang yang berinteraksi dengannya. Oleh karena itu, meskipun orang-

orang yang mengelola konflik mereka secara asertif mungkin mengalami perasaan tidak nyaman saat mereka mengatasi masalah tersebut, mereka biasanya merasa lebih baik terhadap diri mereka sendiri dan orang lain dibandingkan dengan menerapkan sikap pasif dan agresif.

Setiap komunikasi yang berlangsung dalam sebuah hubungan dan situasi sosial akan memiliki iklim komunikasi dan nada emosional (Adler, Rodman and Pre, 2017). Iklim komunikasi ditentukan oleh sejauh mana orang memandang dirinya dihargai (*self-esteem*). Ketika kita meyakini pandangan orang lain yang menganggap kita penting atau berharga, maka kita cenderung merasa nyaman dalam hubungan kita dengan mereka. Nada emosional yang muncul dalam percakapan pun relatif akan memiliki *tone* yang akrab, ramah, sehingga mengarahkan hubungan menuju keterbukaan dan mengedepankan bentuk respons yang positif. Sebaliknya, iklim komunikasi dapat bergerak ke arah yang buruk ketika kita berpikir orang lain tidak menghargai atau peduli terhadap kita, pada akhirnya memunculkan nada emosional yang berjarak, kaku, dan meningkatkan potensi konflik dalam ikatan relasional yang berlangsung.

Iklim komunikasi mempengaruhi cara orang merespons ketika konflik muncul dalam suatu hubungan. Setiap pesan mempunyai dimensi relasional, disadari atau tidak kita mengirim dan menerima pesan konfirmasi dan diskonfirmasi setiap kali kita berkomunikasi. Pesan yang dipertukarkan secara verbal dan nonverbal juga dipersepsi tidak hanya dalam bentuk kode pesan atau gerak namun juga ditafsirkan secara simbolik melalui rasa (emosi), dengan kata lain bukan apa yang kita komunikasikan yang membentuk iklim komunikasi dalam sebuah relasional sosial, melainkan bagaimana kita berbicara dan bertindak terhadap satu sama lain.

Adler dkk. (2017) memaparkan beberapa karakteristik dari pesan asertif, dimana mengetahui pesan asertif tidak sama dengan kemampuan mengungkapkan pesan semata melainkan memahami lima karakteristik untuk membentuk pesan asertif yaitu :

1. **Menjelaskan ketegasan yang dimaksud.** Deskripsikan pesan asertif secara spesifik tanpa bersifat evaluatif atau menghakimi. Upayakan untuk menghindari penggunaan kata-kata yang memunculkan reaksi defensif dari lawan bicara. Uraikan pesan berdasarkan fakta objektif melalui deskripsi perilaku. Contoh : “Kamu meminta pendapat saya tentang buku yang kamu tulis, tapi menurut kamu saya terlalu berlebihan.” (fokus pada deskripsi perilaku) bandingkan dengan “ Jangan terlalu *bawa perasaan*, kamu itu *aneh*, tadi minta pendapat tapi sekarang justru marah saat saya memberi pendapat.” (cenderung menghakimi)
2. **Mengungkapkan tafsiran anda atas perilaku yang dilakukannya.** Salah satu hambatan dalam komunikasi efektif adalah salah duga atas perilaku yang dilakukan orang lain, dibandingkan menduga-duga atau menganggap perilaku tersebut baik-baik saja, lebih baik melakukan konfirmasi atas tafsiran perilaku yang kita miliki. Contoh : “ Hari ini saya melihat kamu tidak ramah seperti biasanya, apakah hal ini dikarenakan kritikan saya atas ide yang kamu presentasikan saat rapat kemarin sore?”
3. **Mendeskripsikan perasaan.** Menambahkan aspek afeksi pada pesan dapat menambah dimensi ketegasan pada pesan yang disampaikan. Contoh : “Kamu menyampaikan beberapa pertanyaan saat sesi tanya jawab tadi (deskripsi perilaku), saya merasa kamu masih *kebingungan* dan kurang sepakat (penafsiran), saya dengan *senang hati* bersedia berdiskusi lebih lanjut untuk membahas topik tersebut.”
4. **Menjelaskan konsekuensi.** Pernyataan konsekuensi atau dampak atas perilaku yang dijelaskan, tafsiran, dan perasaan yang muncul. Secara umum terdapat tiga jenis konsekuensi yaitu : (1) dampak terhadap sumber/komunikator, “Jika anda gaduh saat aktivitas belajar maka saya akan keluar dari ruangan kelas.” ; (2) dampak terhadap penerima, “ Kalau kamu tidak memperhatikan materi saat perkuliahan, kamu akan kesulitan saat mengerjakan tugas mandiri.” ; (3) dampak

terhadap orang lain, “ Ketika anda gaduh di kelas, maka teman-teman anda akan terganggu.”

5. **Nyatakan tujuan atau niat anda.** Pernyataan tujuan atau intensi merupakan elemen terakhir dan juga penting dalam format pesan asertif. Pernyataan tersebut dapat mengkomunikasikan tiga pesan secara tegas yaitu : (1) posisi kita dalam suatu permasalahan. Contoh : “ Saya ingin anda mengetahui bahwa saya tidak setuju dengan rencana anda untuk menghukum karyawan tersebut.” ; (2) permintaan kepada pihak lain. Contoh : “ Saya ingin tahu kesediaan anda untuk turut serta dalam pelatihan besok.” ; (3) jelaskan rencana anda bertindak di masa depan. Contoh : “Inisiatif anda saat kejadian kemarin mendorong saya untuk melibatkan anda dalam tim satgas ke depan.”

Untuk meningkatkan kemampuan dalam berkomunikasi secara asertif kita juga perlu merefleksikan sejauh mana kita mampu mengungkapkan pesan secara tegas. Matriks asertivitas yang menggambarkan gaya komunikasi secara umum dalam empat kategori umum (pasif, pasif-agresif, agresif, dan asertif) dapat membantu diri kita mengenali kecenderungan gaya komunikasi yang kita miliki.

Dalam praktik psikologi juga dikenal skala asertivitas yaitu alat yang digunakan dalam penelitian psikologi atau praktik klinis untuk mengukur tingkat asertivitas seseorang. Tujuan dari penggunaan skala atau matriks ini adalah untuk mengevaluasi sejauh mana seseorang bersikap asertif dalam berbagai situasi interpersonal. Umumnya berisi serangkaian pernyataan atau pertanyaan yang dirancang untuk mengukur berbagai aspek asertivitas, seperti kemampuan untuk menyatakan pendapat, menegosiasikan kebutuhan, atau mengelola konflik. Skor akhir menggambarkan tingkat atau derajat asertivitas seseorang.

Baik skala asertivitas maupun matriks asertivitas dapat memberikan wawasan yang berharga tentang tingkat asertivitas seseorang dan pola perilaku komunikasi mereka. Mereka juga dapat digunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi area-area di mana

seseorang mungkin perlu pengembangan keterampilan asertif lebih lanjut.

9.6 Perilaku Asertif dalam Konteks Budaya

Komunikasi yang dimaknai sebagai bentuk interaksi simbolik antarpribadi memunculkan kesadaran bahwa komunikasi dilingkupi oleh konteks tertentu. Salah satunya adalah latar budaya terkait siapa dan dimana komunikasi tersebut berlangsung. Ketegasan juga dapat bervariasi dalam budaya tertentu, misalnya, nilai-nilai ketegasan atau asertif lebih cenderung diterima dalam budaya individualis dibandingkan budaya kolektivis. Ketegasan lebih dihargai oleh budaya yang menekankan kompetisi, kesuksesan individu, dan kemandirian. Hal serupa belum tentu dihargai oleh budaya-budaya yang menekankan kerja sama, kesuksesan kelompok, dan saling ketergantungan satu sama lain. Kita dapat amati bagaimana siswa di beberapa latar budaya di negara tertentu cenderung berbeda dalam mengungkapkan ketegasan mereka, kita dapat bandingkan kecenderungan asertif antara siswa di Amerika dengan siswa di Jepang. Oleh karena itu, dalam beberapa situasi, sikap asertif mungkin merupakan strategi yang efektif dalam satu budaya, namun bisa menimbulkan masalah di budaya lain. Salah satu studi yang cukup terkenal dilakukan oleh Stela Ting-Toomey dalam teori negosiasi wajah (*face negotiation theory*) yang menjelaskan dinamika perilaku komunikasi individu dari berbagai budaya menangani kehormatan, harga diri, dan hubungan interpersonal saat berkomunikasi. Selaras dengan kajian Harry Triandis yang mengamati secara mendalam perbedaan antara budaya kolektivis dan individualis dalam memandang diri, tujuan, dan tugas dalam kelompok sosial.

De Vito (2016) menjelaskan beberapa perbedaan budaya yang memiliki dampak pada komunikasi yaitu :

1. **Individualis dan kolektivis.** Budaya individualis mengajarkan anggota pentingnya nilai-nilai individu seperti kekuasaan, prestasi, hedonisme, dan rangsangan. Kolektivis di sisi lain mengajarkan anggota pentingnya nilai-nilai kelompok seperti kebajikan, tradisi, dan kesesuaian. Terdapat kecenderungan sikap non asertif muncul sebagai

upaya menghindari konflik dan mengutamakan kepentingan kelompok dalam masyarakat berlatar budaya kolektivis.

2. **Budaya konteks tinggi dan konteks rendah.** Pada masyarakat dengan latar budaya konteks tinggi sebagian besar informasi dalam komunikasi berada dalam konteks atau orangnya. Informasi tersebut diketahui oleh seluruh partisipan, namun tidak diungkapkan secara eksplisit dalam pesan verbal. Berbeda dengan budaya konteks rendah dimana sebagian besar informasi dinyatakan secara eksplisit dalam pesan verbal. Dalam situasi formal pernyataan akan dinyatakan dalam bentuk tertulis. Budaya konteks tinggi juga merupakan budaya kolektivis, budaya ini sangat menekankan pada hubungan pribadi dan perjanjian lisan. Budaya konteks rendah adalah budaya individualis yang kurang menekankan pada hubungan pribadi dan lebih menekankan pada penjelasan yang diungkapkan secara verbal dan eksplisit. Dalam budaya konteks tinggi dan konteks rendah kita dapat melihat perbedaan dalam memahami tindakan "*face saving*" atau penyelamatan muka, respons atas kritik, rasa malu, argumentasi atau perdebatan, termasuk sikap asertif.
3. **Budaya dengan jarak kekuasaan tinggi dan kekuasaan rendah,** dalam beberapa budaya kekuasaan terkonsentrasi di tangan segelintir orang dan ada perbedaan besar antara kekuasaan yang dipegang oleh orang-orang ini dan kekuasaan orang lainnya. Perbedaan ini mempengaruhi komunikasi dalam berbagai cara, misalnya ada jarak yang jauh antara siswa dan guru dalam budaya jarak kekuasaan yang tinggi, siswa diharapkan untuk bersikap rendah hati, sopan, dan penuh hormat. Budaya jarak kekuasaan yang rendah cenderung menerima sikap berkonfrontasi dengan teman, pasangan, atau atasan secara tegas. Dalam budaya ini, terdapat perasaan kesetaraan secara umum yang konsisten dengan perilaku asertif. Sebaliknya, budaya jarak kekuasaan tinggi memandang konfrontasi langsung dan ketegasan cenderung negatif, terutama jika ditujukan kepada atasan atau orang yang lebih tua.

4. **Budaya maskulin dan feminin.** Budaya maskulin menekankan kesuksesan sehingga mensosialisasikan anggotanya untuk bersikap tegas, ambisius, dan kompetitif. Misalnya, anggota budaya maskulin lebih cenderung menghadapi konflik secara langsung dan memperjuangkan perbedaan secara kompetitif. Mereka cenderung menekankan strategi konflik yang memungkinkan mereka menang dan memastikan pihak lain kalah (agresif). Budaya feminin menekankan kualitas hidup dan mensosialisasikan anggotanya untuk bersikap rendah hati dan menonjolkan hubungan interpersonal yang erat. Budaya feminin, cenderung memanfaatkan kompromi dan negosiasi dalam menyelesaikan konflik. Mereka lebih berupaya untuk mencari solusi yang menguntungkan kedua belah pihak (strategi *win-win*).

Norma dan nilai budaya mempengaruhi ekspresi ketegasan atau perilaku asertif dalam berkomunikasi pada masyarakat yang berbeda. Meskipun beberapa budaya mungkin menekankan gaya komunikasi yang tegas, budaya lain mungkin menghargai harmoni dan komunikasi tidak langsung. Memahami perspektif budaya tentang ketegasan sangat penting untuk komunikasi dan kolaborasi lintas budaya yang efektif.

Kita dapat cermati bagaimana sikap asertif terhadap orang yang lebih tua di banyak budaya Timur dapat dianggap menghina dan tidak sopan, berbeda misalnya dengan latar budaya Barat yang cenderung menerima sikap tersebut dengan terbuka. Konteks budaya mempengaruhi cara individu mengekspresikan asertivitas, kebanyakan orang bersikap tidak asertif dalam situasi dan latar budaya tertentu. Karena latar budaya meresapi semua bentuk komunikasi, maka penting untuk memahami perannya dalam cara kerja komunikasi dan menguasai keterampilannya. Namun perlu disadari bahwa meskipun budaya memengaruhi cara kita berkomunikasi, budaya tidak seutuhnya menentukan nilai atau perilaku komunikasi. Faktor kepribadian seperti ketegasan, keterbukaan, atau optimisme juga memiliki peran yang sama pentingnya dalam mencapai komunikasi efektif.

Alasan lain mengapa budaya begitu penting adalah karena kompetensi antarpribadi bersifat spesifik budaya. Kompetensi komunikasi bersifat spesifik pada budaya tertentu, apa yang terbukti efektif dalam satu budaya mungkin tidak efektif di budaya lain (De Vito, 2016:29). Bertindak asertif paling sering merupakan cara komunikasi yang disukai, namun sikap terhadap ketegasan sangat bervariasi menurut budaya (De Vito, 2016:123). Kesadaran terhadap perbedaan dalam konteks budaya membantu individu untuk mengembangkan keterampilan asertif yang sesuai dengan norma-norma dan nilai-nilai budaya yang berlaku. Hal ini memungkinkan mereka untuk berkomunikasi secara efektif dan asertif dalam berbagai konteks budaya, meningkatkan kemampuan mereka untuk membangun hubungan yang sehat dan bermakna dengan orang lain.

9.7 Meningkatkan Asertivitas dalam Berkomunikasi

Dryden dan Constantinou (2004) menjelaskan penegasan sebagai bentuk pernyataan kebenaran, penegasan dan desakan yang tepat terhadap suatu hak. Penegasan adalah berkomunikasi secara jujur menyalurkan emosi kita dengan cara yang tidak merendahkan atau menyerang orang lain. Hakikat dari penegasan adalah kita dapat menyatakan suatu preferensi dengan kuat atau tegas tanpa memaksakan bahwa orang lain harus melihatnya dari sudut pandang kita.

Salah satu tujuan dari perilaku asertif adalah untuk menciptakan dan mempertahankan pandangan atas diri sebagai individu yang hidup dalam lingkungan sosial. Perilaku asertif mengarahkan tindakan sosial sebagai sebuah upaya untuk menerima dan menempatkan diri sebagai makhluk sosial yang memiliki nilai yang relatif setara, bukan bertujuan bertindak menjadi yang lebih unggul melainkan mencari kepentingan bersama yang dapat diwujudkan. Tujuan dari asertif atau penegasan adalah membela keinginan, keinginan, dan keinginan diri sendiri, dengan mempertimbangkan bahwa keinginan, kepentingan, dan hasrat orang lain mungkin sama pentingnya. Ketika kita benar-benar asertif, bukanlah untuk memenangkan argumen tetapi untuk menyepakati kompromi yang bisa dilakukan dan bertujuan untuk

memuaskan kepentingan atau preferensi kedua belah pihak yang terlibat dalam suatu situasi (Dryden & Constantinou, 2004:4).

Perilaku asertif diyakini memberikan manfaat positif bagi pengembangan diri individu dan konteks relasionalnya dalam kelompok sosial. Asertivitas melibatkan kemampuan berkomunikasi secara efektif yang dilandasi oleh beberapa konsep kunci seperti cara berkomunikasi yang jelas, penetapan batas pengungkapan diri, kepercayaan diri, dan empati. Memahami prinsip-prinsip ini penting untuk menumbuhkan perilaku asertif. Selain itu, dalam kehidupan sehari-hari, sikap asertif diwujudkan dalam berbagai cara, mulai dari teknik praktis mencakup mendengarkan secara aktif, bahasa tubuh yang tepat, keterampilan penolakan dan strategi penyelesaian konflik yang tegas. Keterampilan ini memberdayakan individu untuk melakukan interaksi sosial dan berkomunikasi dengan percaya diri dan penuh integritas.

Dalam sudut pandang lain, konsep asertivitas menurut Salter menjadi salah satu elemen kunci dalam teori dan praktik terapi perilaku, yang bertujuan untuk membantu individu mengatasi masalah psikologis mereka dengan mengubah pola perilaku yang tidak sehat menjadi pola yang lebih adaptif dan fungsional dalam interaksi sosial. Perkembangan lebih lanjut terkait kajian asertivitas banyak diterapkan dalam pendekatan psikoterapi yang mengajarkan keterampilan asertif kepada individu untuk membantu kemampuan mereka dalam mengelola emosi, interaksi sosial, dan memperkuat hubungan interpersonal.

Dryden dan Constantinou (2004) menekankan pandangan mereka terkait kebermanfaatannya asertif dalam interaksi sosial, yaitu : meningkatkan pandangan diri yang positif dan sehat, memperkuat konsep diri dan kepercayaan diri, menajamkan pandangan dan empati terhadap orang lain dan lingkungan sosial, termasuk perilaku asertif mengarahkan perilaku komunikasi yang jujur dan relatif mengedepankan prasangka baik dalam berbagai peristiwa komunikasi. Pilihan tersebut cenderung lebih sehat karena menurunkan tingkat kekhawatiran dan pikiran berlebih. Perilaku atau gaya komunikasi yang pasif, pasif-agresif, dan agresif cenderung memakan daya pikir, tenaga, dan waktu untuk

melakukan berbagai upaya dan perilaku komunikasi yang tidak sehat.

Perilaku non asertif cenderung memendam emosi yang sewaktu-waktu dapat meledak dan memunculkan hal-hal yang tidak produktif dalam hubungan sosial, perilaku agresif secara nyata memiliki potensi konflik dan kecenderungan merusak relasi sosial dalam jangka panjang, dan perilaku pasif-agresif yang cenderung membutuhkan energi untuk merancang tindakan komunikasi yang "berpura-pura". Kontras dengan bentuk perilaku sebelumnya, perilaku asertif merupakan bentuk komunikasi yang terbuka dan jujur, memungkinkan pihak lain yang berkomunikasi mengetahui dengan jelas dan baik mengenai niat, tujuan, dan pilihan yang disampaikan melalui pesan-pesan yang saling dipertukarkan (Dryden and Constantinou, 2004).

Sebelumnya telah disampaikan bahwa komunikasi asertif perlu mempertimbangkan dimensi isi dan dimensi hubungan dalam situasi komunikasi, termasuk memiliki kepekaan budaya. Sehingga ketegasan bukan suatu bentuk respons yang harus dilakukan. Orang yang asertif akan bersikap asertif ketika mereka menginginkannya, namun mereka bisa menjadi tidak asertif jika situasi mengharuskannya. Misalnya, pada situasi tertentu mungkin diri kita ingin bersikap tidak asertif karena ketegasan tersebut dapat menyakiti orang lain secara emosional. Kemampuan asertif juga menuntut keterampilan dan kepekaan dalam menentukan batasan-batasan yang sehat dan tepat dalam memunculkan perilaku asertif dalam komunikasi dan situasi sosial, dalam menerapkan prinsip-prinsip komunikasi asertif kita perlu secara efektif mengelola batasan tersebut.

Pada situasi lain setiap individu memiliki kepribadian yang berbeda, sehingga kompetensi kepribadian dan gaya komunikasi yang melekat dalam kepribadian tersebut juga memiliki perbedaan. Seseorang yang introvert memiliki kecenderungan mengedepankan perilaku komunikasi non asertif atau pasif, berbeda dengan pribadi yang ekstrovert dan cenderung lebih mudah menggunakan perilaku agresif saat berkomunikasi, beberapa orang memiliki toleransi yang lebih besar terhadap perselisihan dan akibatnya lebih cenderung membiarkan segala sesuatunya berlalu begitu saja dan tidak

menjadi marah atau bermusuhan secara emosional dibandingkan mereka yang memiliki sedikit toleransi terhadap perselisihan. Perbedaan kepribadian dan gaya komunikasi perlu dikelola secara efektif, upaya meningkatkan kompetensi komunikasi, termasuk memiliki kesadaran dan mengasah keterampilan asertif yang memungkinkan kita menggunakan ketegasan kepada orang lain pada waktu dan situasi yang tepat.

Penegasan dilatarbelakangi oleh prinsip kepedulian terhadap diri sendiri dan menghargai orang lain. Kepedulian terhadap diri sendiri pada dasarnya berarti mempertimbangkan kepentingan diri sendiri terlebih dahulu dengan memberikan perhatian dan pemikiran yang serius terhadap preferensi atau pandangan pribadi. Kepedulian terhadap diri yang tidak tepat juga mendorong individu untuk terlalu mementingkan diri sendiri dan dapat menyebabkan keegoisan. Sehingga, prinsip kepedulian terhadap diri perlu diimbangi dengan rasa hormat terhadap orang lain. Menghormati orang lain mendorong kesadaran diri untuk mengakui bahwa kita hidup dalam komunitas dengan banyak individu yang memiliki tujuan, standar, dan preferensi mereka sendiri. Rasa hormat kepada orang lain membantu kita menunjukkan rasa hormat yang pantas terhadap orang lain, bukan sebagai atasan atau bawahan, namun sebagai makhluk sosial yang memiliki kesetaraan. Menghormati orang lain secara harfiah berarti mempertimbangkan orang lain dalam kaitannya dengan diri Anda sendiri. Prinsip ini membuat kita tetap fleksibel ketika permintaan atau pilihan kita untuk sementara tidak terpenuhi, sehingga mengarah pada kompromi yang sehat bila diperlukan (Dryden & Constantinou, 2004:33).

Salter (2002) dalam bukunya “Conditioned Reflex Therapy” mengidentifikasi enam teknik *excitation* atau perangsangan dalam membentuk pribadi yang memiliki respons lebih asertif yaitu : (1) emosionalitas ucapan terkait bagaimana mengungkapkan perasaan diri secara terbuka; (2) ekspresifitas ucapan terkait ekspresi perasaan yang tepat dan spontan; (3) kemampuan untuk menentang dan menangkis pendapat orang lain melalui ekspresi pandangan diri secara langsung dan jelas; (4) penggunaan kata ganti orang pertama “aku atau saya” sebagai ilustrasi bahwa di balik kata-

kata yang disampaikan, secara faktual terdapat individu di belakang kata kata tersebut; (5) menerima pujian sebagai ekspresi harga diri dan penilaian yang tepat atas kekuatan dan kemampuan sendiri; dan (6) impulsif dalam tindakan sendiri dan penolakan perencanaan sebagai manifestasi dari kecenderungan improvisasi diri, dalam arti kata lain dapat digambarkan sebagai menolak kecenderungan untuk kekhawatiran yang berlebih atau *overthinking* (Salter, 2002).

Secara umum upaya untuk meningkatkan asertivitas komunikasi adalah dengan : (1) Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman perilaku komunikasi asertif, tahapan ini dapat dimulai dengan mengamati atau kecenderungan diri dan orang lain dan mengidentifikasi gaya komunikasi yang digunakan. Mengamati dan menganalisa pesan yang dipertukarkan penting untuk dilakukan sehingga lebih tepat dalam memahami perbedaan antara pesan pasif, agresif, dan asertif ; (2) Melakukan latihan dan pengulangan, kita dapat melatih melalui simulasi atau permainan peran yang menempatkan diri pada sebuah situasi sosial yang relatif menyulitkan kita dalam menyuarakan pendapat atau pandangan diri. Melakukan permainan peran membantu kita memvisualisasikan situasi tanpa harus berada dalam keadaan sebenarnya, visualisasi membantu kita dalam menyusun skenario komunikasi yang memposisikan kita pada situasi yang nyaman. Latihan mental ini dapat dikombinasikan dengan latihan vokal dan gestur, kita juga dapat melakukannya bersama kelompok sehingga memungkinkan kita mendapatkan umpan balik atas perilaku komunikasi asertif yang kita latih ; (3) Menggunakan pola umum dalam komunikasi asertif yaitu : menyatakan masalah dengan jelas tanpa menghakimi dan gunakan kata ganti orang pertama seperti “aku” atau “saya”, menyatakan konsekuensi kepada diri dan orang lain, mengusulkan solusi yang bisa diterima para pihak, dan mengkonfirmasi pemahaman atas pesan yang dipertukarkan.

Windy Dryden dan Daniel Constantinou (2004) dalam buku mereka yang berjudul “Assertiveness : Step by Step” mengupas secara mendalam upaya-upaya untuk meningkatkan asertivitas sebagai sebuah kompetensi komunikasi. Beberapa tahapan yang dapat digunakan dalam mengasah keterampilan komunikasi asertif dapat disarikan sebagai berikut :

1. **Mempersiapkan situasi/kasus yang dihadapi.** Mempersiapkan diri tidak selalu memungkinkan, pada beberapa situasi yang tidak dapat diduga maka respons segera cenderung menempatkan kita pada situasi yang tidak siap. Pada situasi yang memungkinkan, mempersiapkan diri merupakan salah satu cara untuk menambah kelancaran dalam penyampaian pesan asertif. Salah satunya dengan menuliskan situasi atau kasus yang dihadapi. Menuliskan skenario membantu fokus dan struktur dalam penyampaian pesan pada kasus yang dihadapi. Termasuk membantu membedakan antara fakta dan opini pada sebuah situasi atau kasus, mengidentifikasi dan mengelola emosi yang dapat muncul dalam sebuah situasi, dan mengidentifikasi berbagai preferensi dan pandangan diri dan orang lain yang dapat muncul pada sebuah situasi atau kasus.
2. **Merancang kompromi.** Prinsip komunikasi asertif melibatkan kemauan diri untuk mengenali kepentingan diri dan orang lain secara setara, hal ini mendorong tercapainya situasi menang-menang (*win-win*). Dalam merancang kompromi pertimbangkan tujuan bersama dan dampak yang muncul kepada kedua belah pihak. Mengasah empati dapat membantu diri dalam mengusulkan kompromi yang realistis bagi pihak lain. Saat mendiskusikan kompromi, ingatlah bahwa Anda sama pentingnya dengan orang lain. Selain itu, dalam setiap situasi kemungkinan untuk mendapatkan dua pemenang dapat diraih dengan cara berhati-hati dan seksama menyusun rencana tindakan yang dapat diterima bersama.
3. **Memilah dan memilih kata kunci dalam menyampaikan pesan asertif.** Dalam menyampaikan ketegasan kita perlu memutuskan pesan verbal dan nonverbal yang tepat tanpa menyebabkan pihak lain merasa diserang dan bersikap defensif. Hindari kata-kata yang menggambarkan gaya pasif dan agresif, melainkan gunakan pesan verbal yang konstruktif dan objektif dengan nada emosional yang netral tanpa mengungkap emosi negatif atau positif secara berlebihan, apalagi memunculkan nada menghakimi atau

menyerang karakter atau aspek pribadi pihak lain. Dalam melatih penyampaian pesan asertif ini, kita tidak perlu menuliskan kata demi kata dan menghafalnya sehingga tidak terlihat alamiah. Nada emosional yang akrab, apa adanya, spontan perlu digunakan dalam situasi komunikasi sehingga pesan asertif dapat dipahami sebagai sebuah tindakan komunikasi yang tulus dan positif.

4. **Menggunakan persetujuan dan permintaan secara spesifik.** Menyatakan persetujuan adalah respons yang dapat digunakan ketika pihak lain mengemukakan hal-hal yang selaras dengan pandangan diri, persetujuan atas pesan positif maupun negatif menunjukkan ketegasan anda untuk menerima hasil pengamatan yang dilakukan pihak lain secara berimbang. Menerima kritikan atau pesan negatif dengan sikap tenang dan tegas cenderung menunjukkan kesadaran dan kepercayaan diri. Berikutnya, lakukan permintaan spesifik untuk menunjukkan hal-hal yang dimaksud dalam pesan yang disampaikan pihak lain. Pesan positif dapat membantu anda menghargai diri dengan melakukan persetujuan yang tepat, sedangkan pesan negatif dapat menunjukkan kelemahan yang bisa anda perbaiki ke depan. Permintaan untuk menunjukkan contoh spesifik misalnya kelemahan juga membantu kita mengidentifikasi apakah pesan negatif yang disampaikan tersebut disampaikan sebagai bentuk serangan (agresif) atau sebagai pesan konstruktif yang membantu pengembangan diri.
5. **Pengungkapan diri yang tepat.** *Self-disclosure* atau pengungkapan diri adalah keterampilan yang mendorong individu untuk berkomunikasi secara jujur. Tujuannya adalah untuk mengekspresikan emosi dan pikiran secara jujur kepada pihak lain dan membantu pihak lain untuk lebih mudah mengidentifikasi dan memahami ada sebagai pribadi. Pengungkapan diri yang tepat dapat membantu arah hubungan menuju keakraban dan kepercayaan. Perlu diperhatikan untuk mengungkapkan diri secara singkat dan sederhana, hal ini membantu pihak lain mudah memahami dan menghindari terjadinya dominasi percakapan yang

destruktif seperti membosankan atau bahkan terkesan menyombongkan diri. Pengungkapan diri sebagai bentuk keterbukaan merupakan bagian dari keterampilan asertif, seringkali orang menjadi lebih merasa dekat ketika anda mengungkapkan diri dengan tepat. Mereka merasakan keakraban, menemukan kesamaan, dan mendukung terbentuknya kepercayaan dalam sebuah hubungan sosial.

6. **Menentukan waktu dan situasi yang tepat dalam menyampaikan pesan asertif.** Memilih waktu pertemuan juga perlu mempertimbangkan kepentingan orang lain, pemilihan waktu perlu dinegosiasikan, hal ini juga menjadi bentuk upaya membangun kesetaraan sejak awal atau sebelum peristiwa komunikasi terjadi. Salah satu pertimbangan lain dalam menyampaikan pesan asertif adalah memiliki kepekaan situasional, salah satunya mempertimbangkan medium atau saluran komunikasi yang tepat, situasi kelompok atau tatap muka, termasuk situasi mental pihak yang akan dihadapi dan latar sosiobudaya para pihak yang terlibat.

Berikutnya Dryden dan Constantinou (2004) juga menggarisbawahi pentingnya fokus dan repetisi sehingga penyampaian pesan asertif berlangsung secara tepat dan baik. Fokus dalam menyampaikan pesan asertif berarti menggunakan struktur pesan yang baik, seperti menyatakan pandangan, mengelola emosi, mengusulkan solusi, menggunakan pesan verbal dan nonverbal yang tepat, dan seterusnya. Perlu diingat untuk menyampaikan pesan secara singkat dan menghindari informasi yang berlebihan dan mengaburkan tujuan komunikasi. Kemudian lakukan repetisi atau pengulangan pesan, menyatakan kembali dengan tegas, inti pesan yang sedang disampaikan.

Dryden dan Constantinou (2004) juga menjelaskan beberapa keterampilan penting digunakan dalam komunikasi asertif, yang disarikan sebagai berikut :

1. **Keterampilan verbal**, menjadi komunikator yang baik membutuhkan keterampilan dalam menyusun dan menyampaikan pesan verbal. Komunikator yang baik perlu

menghindari kata-kata yang memicu sikap defensif dari lawan bicara. Istilah pemicu pertahanan digunakan untuk menjelaskan gaya komunikasi yang dapat merusak interaksi kita dengan orang lain. Hal-hal tersebut sebaiknya dihindari karena dapat memicu pembelaan pendengar dibandingkan menerima pesan secara terbuka dan memperlebar jarak hubungan dengan Anda. Beberapa bentuk “pemicu pertahanan” yang harus dihindari antara lain : pengabaian, pujian yang palsu atau manipulatif, pemberian nasihat yang bersifat preskriptif atau menghakimi, merendahkan, dan sejenisnya.

2. **Keterampilan mendengarkan**, untuk menyampaikan pesan asertif yang tepat maka kemampuan mendengarkan menjadi salah satu keterampilan mendasar. Perilaku asertif mengedepankan kesetaraan dan pencapaian solusi menenangkan, sehingga untuk mencapainya maka kita perlu memperhatikan dan mempertimbangkan pandangan, saran, dan emosi yang dimiliki pihak lain. Salah satu keterampilan mendengarkan yang penting adalah mendengarkan secara aktif, berbeda dengan mendengar secara pasif “duduk dan mendengar”. Keterampilan mendengarkan secara aktif mengarahkan dan mendorong orang lain untuk secara nyaman mengungkapkan informasi kepada kita secara lebih terbuka. Beberapa teknik yang dapat digunakan antara lain : (1) menggunakan *verbal prompts* seperti “ok” atau “yes” dalam percakapan yang menegaskan perhatian dalam mendengarkan sebuah pesan. Parabahasa dan intonasi juga dapat digunakan untuk menambahkan dimensi ketertarikan dalam percakapan ; (2) menggunakan pertanyaan terbuka, sehingga mendorong pihak lain untuk mengungkapkan informasi lebih baik pemikiran maupun emosi yang dimaksud; (3) refleksi, sebuah upaya untuk merefleksikan pemahaman atas isi pesan, situasi emosi, dan alasan-alasan yang melandasi kepada pihak yang menyampaikan. Hal ini ditujukan untuk mencegah terjadinya kesalahpahaman ; (4) jeda, keheningan dalam jeda pada percakapan memberi

ruang dan waktu bagi para komunikator untuk memahami isi pesan dan merumuskan respons yang tepat kemudian.

3. **Keterampilan nonverbal**, perilaku asertif juga perlu didukung keterampilan dalam pemanfaatan pesan nonverbal, perlu diingat bahwa sebagian besar pesan dikomunikasikan baik secara sadar maupun tidak disadari melalui simbol-simbol nonverbal yang melekat pada gerak tubuh, ekspresi wajah, intonasi suara, dan sejenisnya. Kita dapat membayangkan bagaimana dampak dari sebuah pesan tegas yang disampaikan seorang pembicara dengan postur tubuh membungkuk, gestur yang tampak lemah, dan menggunakan suara lembut setengah berbisik. Bahasa tubuh yang buruk dapat menyebabkan terhambatnya komunikasi.

Terdapat beberapa teknik nonverbal yang dapat digunakan dalam menyampaikan pesan asertif, diantaranya : (1) Postur dan gestur yang baik dan menarik atensi. Misalnya menggunakan postur terbuka, tegak agak condong ke arah pembicara, mengerakkan tangan dengan ritme yang membantu penekanan kalimat, menghindari gerakan tubuh yang “menyerang” seperti menunjuk atau mendorong, menghindari gestur melipat tangan yang relatif menggambarkan sikap defensif atau otoritatif, dan lainnya ; (2) Kontak mata, memastikan kontak mata yang atentif dan tidak berlebihan penting untuk menjaga fokus kepada pembicara dan pesan yang disampaikannya. Kontak mata yang baik menggambarkan kepercayaan diri dan rasa saling percaya saat menyampaikan ketegasan ; (3) Ekspresi wajah atau mimik, saat menyampaikan pesan asertif biasanya mimik relatif akan sebangun dengan perasaan yang dimunculkan. Pengelolaan mimik yang tepat seperti senyum atau merengut perlu diselaraskan dan konsisten dengan pesan yang disampaikan. Komunikasi yang jujur akan tampak dari ekspresi wajah, apakah cenderung terlihat santai atau gugup ; (4) Nada emosional dan kelancaran bicara. Intonasi, volume suara, dan kecepatan berbicara menjadi bagian penting dari isyarat nonverbal yang dapat

dimanfaatkan dalam menyampaikan pesan asertif. Nada vokal yang mantap dan hangat memunculkan sosok percaya diri bagi pendengarnya, pesan asertif yang disampaikan dalam intonasi nada hangat akan memicu pendengar untuk lebih terbuka dan memahami pesan yang disampaikan. Penggunaan suara atau volume vokal yang sesuai dengan lingkungan sekitar sehingga memudahkan pendengar untuk menangkap pesan yang disampaikan. Suara yang terlalu keras dapat terkesan agresif, di sisi lain volume yang terlalu kecil akan “tenggelam” oleh suara-suara lain, termasuk *noise* di sekitar Anda dan menyulitkan pihak lain untuk mendengarkan Anda. Belum tentu kecepatan bicara Anda sama dengan kemampuan dan ketepatan khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan. Penggunaan pola bicara yang lancar dengan kecepatan bicara yang seimbang memudahkan khalayak menangkap ucapan secara mudah dan memberikan waktu untuk mengolah informasi tersebut. Pola bicara yang tepat juga menggambarkan kredibilitas dan kompetensi pembicara sehingga memberikan kesan positif dalam menerima pesan yang disampaikan.

Terlepas dari manfaatnya, banyak orang yang berjuang dengan sikap asertif karena berbagai hambatan seperti takut ditolak, kurang percaya diri, atau norma budaya. Mengatasi hambatan ini memerlukan kesadaran diri, latihan, dan terkadang dukungan profesional. Melatih diri atau mengikuti program pelatihan asertivitas menawarkan pendekatan terstruktur untuk mengembangkan keterampilan dan kepercayaan diri yang asertif.

Program-program ini biasanya mencakup latihan bermain peran, lokakarya komunikasi, dan teknik perilaku kognitif untuk mengatasi tantangan tertentu. Misalnya salah satu metode latihan dalam mengasah kemampuan asertif dalam berkomunikasi yaitu metode DESC. Metode ini dikembangkan oleh Sharon Anthony Bower dan dituangkan dalam bukunya “Asserting Yourself : A Practical Guide for Positive Change”. Dalam tulisannya Sharon mengembangkan empat tahap teknik penulisan catatan atau naskah

untuk berkomunikasi asertif yang disebut sebagai DESC Scripting (Bower and Bower, 1991).

DESC merupakan singkatan dari *Description* (Deskripsi), *Express* (Mengekspresikan), *Specify* (Tentukan) dan *Consequences* (Konsekuensi) yang disusun dan dituangkan dalam bentuk catatan atau naskah terlebih dahulu sebelum melakukan praktik komunikasi asertif. Teknik ini memfasilitasi proses perubahan perilaku asertif seseorang melalui umpan balik yang konstruktif. Secara singkat DESC adalah tahapan untuk mendeskripsikan situasi atau kejadian yang dihadapi, menyatakan ekspresi sebagai tanggapan atas situasi atau kejadian yang dihadapi, menentukan atau menjelaskan secara spesifik hal-hal yang diinginkan, termasuk perubahan perilaku yang diharapkan, dan terakhir memberikan gambaran atas dampak atau konsekuensi yang dapat muncul akibat perubahan perilaku yang dilakukan.

Melalui latihan dan umpan balik yang konsisten dalam mengasah komunikasi asertif, individu dapat meningkatkan ketegasan mereka dan mencapai pertumbuhan pribadi. Mengenali dan menantang keyakinan yang membatasi adalah langkah pertama menuju pengembangan perilaku asertif. Kesimpulannya, perilaku komunikasi yang asertif merupakan alat yang ampuh untuk pertumbuhan pribadi dan profesional. Dengan menumbuhkan keterampilan komunikasi asertif, individu dapat meningkatkan harga diri, mengembangkan diri, meningkatkan hubungan, serta mengatasi tantangan dan mencapai tujuan dengan lebih percaya diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Adler, R. B., Rodman, G. and Pre, A. du (2017) *Understanding Human Communication*. 13th Editi. Oxford University Press.
- Bandura, A. (1977) 'Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change', *Psychological Review*, 84(2), pp. 191–215.
- Bower, S. A. and Bower, G. (1991) *Asserting Yourself: A Practical Guide for Positive Change*. Stanford: Da Capo Press.
- Dryden, W. and Constantinou, D. (2004) *Assertiveness Step by Step*. London: Sheldon Press.
- Effendy, O. U. (2003) *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Littlejohn, S. W. and Foss, K. A. (2009) *Encyclopedia of Communication Theory*. California: Sage Publications.
- Morissan and Wardhany, A. C. (2009) *Teori Komunikasi Tentang Komunikator, Pesan, Percakapan, dan Hubungan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Peneva, I. and Mavrodiev, S. (2013) 'A Historical Approach to Assertiveness', *Psychological Thought*, 6(1), pp. 3–26. doi: 10.5964/psyct.v6i1.14.
- Salter, A. (2002) *Conditioned Reflexed Therapy*. New York: Wellness Institute.
- De Vito, J. A. (2016) *Human Communication The Basic Course*. 14th edn. Hoboken: Pearson Higher Education.
- De Vito, J. A. (2018) *The Interpersonal Communication Book*. 14th edn. Harlow: Pearson Education Limited.

BAB 10

TEKNOLOGI KOMUNIKASI

Oleh Sri Hartati

10.1 Pengertian Teknologi Komunikasi

Teknologi komunikasi merujuk pada alat, sistem, dan aplikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi antara individu atau kelompok. Teknologi komunikasi mencakup segala sesuatu dari telepon dan surel hingga media sosial dan *video conference*. Di era modern ini, penggunaan teknologi dalam komunikasi merupakan hal yang lumrah. Baik individu, pemerintah, bisnis, dan organisasi lainnya telah memanfaatkan teknologi komunikasi dalam kegiatan sehari-hari mereka. Kehadiran internet memberikan jalur komunikasi yang mudah diakses dan jangkauan yang sangat luas. Komunikasi antar individu dan antar organisasi menjadi lebih mudah dan tidak lagi memandang jarak, dengan hadirnya komputer di rumah dan telepon pintar untuk mengakses internet. Kehadiran perangkat komunikasi tersebut juga membuka wadah bagi komunikasi melalui berbagai bentuk mulai dari teks, audio, dan visual. Keragaman bentuk dan cara komunikasi yang muncul dengan adanya teknologi komunikasi tersebut membuka berbagai metode baru dalam melakukan komunikasi.

Teknologi komunikasi diciptakan manusia untuk mempermudah komunikasi, manusia mendesain teknologi tersebut untuk melakukan tugas-tugas komunikasi yang sesuai dengan perkembangan jaman. Meskipun begitu, teknologi komunikasi juga mempengaruhi cara manusia dalam berkomunikasi. Dapat dikatakan bahwa teknologi komunikasi dibentuk untuk melakukan komunikasi dan juga membentuk cara manusia berkomunikasi. Kehadiran teknologi komunikasi telah mengubah bagaimana manusia melakukan komunikasi dalam kegiatan sehari-hari. Mengambil contoh yang telah disebutkan sebelumnya, yaitu komunikasi melalui Internet, manusia dapat melakukan komunikasi jarak jauh dan tanpa terbatas waktu. Sebagai contoh, seorang

pekerja di kantor dapat menggunakan surat elektronik (surel) untuk melakukan komunikasi kepada konsumen atau rekan kerja. Komunikasi ini dapat dilakukan tanpa memedulikan dimana, kapan, dan kegiatan apa yang sedang dilakukan oleh lawan komunikasi. Sebaliknya, lawan komunikasi pun dapat mengakses pesan yang disampaikan melalui surat tersebut kapanpun dan dimanapun. Bentuk komunikasi tersebut tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pesan, namun juga sebagai media penyimpanan informasi dimana pesan dapat tersimpan di dalam perangkat teknologi dalam waktu yang lama. Keberadaan teknologi komunikasi modern seperti contoh tersebut telah mampu meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam bekerja. Selain itu, keberadaan teknologi komunikasi tersebut mampu mempererat hubungan antar manusia, dimana keluarga dan teman dapat saling berkomunikasi tanpa terhalang oleh batasan ruang dan waktu.

Teknologi komunikasi mampu memfasilitasi berbagai bentuk komunikasi baik secara oral dan tertulis. Teknologi komunikasi modern mampu memfasilitasi komunikasi secara tertulis melalui surat elektronik, aplikasi chat, dan berbagai aplikasi dan teknologi serupa lainnya. Sedangkan komunikasi oral dapat dilakukan melalui teknologi seperti telepon. Tentunya terdapat perbedaan antara komunikasi oral dan tertulis, dimana komunikasi tertulis merupakan bentuk komunikasi asinkron dan komunikasi oral merupakan komunikasi sinkron. Sebagai contoh, perbedaan mencolok antara komunikasi asinkron dan sinkron dapat terlihat dari waktu pemrosesan informasi; Dimana dalam komunikasi asinkron, peserta komunikasi memiliki waktu yang lebih lama untuk memproses informasi yang diterima. Hal ini tentunya membentuk perbedaan dinamika komunikasi dari kedua bentuk komunikasi tersebut.

Teknologi komunikasi modern tidak hanya mengandalkan bentuk media tertulis dan oral saja. Seiring dengan perkembangan teknologi, lahir pula berbagai media komunikasi yang menggunakan berbagai atau menggabungkan berbagai bentuk media komunikasi. Konsep konvergensi media, mengacu pada bergabungnya berbagai format media yang berdampak pada proses konsumsi dan produksi media. Konvergensi media di era modern mengacu pada dampak

kehadiran internet dan munculnya berbagai situs web dan media sosial yang memanfaatkan berbagai format media mulai dari tertulis, audio, dan visual untuk melakukan komunikasi atau memfasilitasi komunikasi. Penggabungan berbagai format media tersebut tentunya mempengaruhi proses dan gaya komunikasi yang terjadi di era modern. Sebagai contoh, suatu perusahaan dapat memasarkan produk dan jasa melalui *platform* multi media (teks, grafik, video, dll.) melalui situs web atau media sosial. Sehingga konsumen dapat lebih memahami citra atau *brand personality* yang ingin ditampilkan. Bentuk komunikasi pemasaran seperti ini hanya dapat dilakukan akibat hadirnya media konvergen di era modern. Tidak hanya dalam konteks bisnis, komunikasi sehari-hari yang dilakukan antar individu juga terjadi melalui *platform* multi-media. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh perkembangan teknologi yang mendorong terjadinya konvergensi media, memang memengaruhi cara dan gaya komunikasi manusia di era modern.

Keberadaan teknologi informasi juga perlu disokong oleh adanya infrastruktur yang memadai. Infrastruktur penyokong teknologi informasi modern tersebut diantaranya adalah jaringan telepon, jaringan internet, telepon genggam, server internet, dan infrastruktur terkait lainnya. Keberadaan infrastruktur tersebut penting dalam menyokong kegiatan sehari-hari manusia seperti kegiatan bisnis. Bahkan dapat dikatakan bahwa keberadaan infrastruktur komunikasi di dalam suatu daerah mampu meningkatkan kondisi ekonomi dari daerah tersebut. Keberadaan infrastruktur yang memadai memang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi komunikasi modern. Keberadaan jaringan Internet dengan kecepatan yang cukup dapat memperlancar aktivitas komunikasi melalui Internet. Keberadaan infrastruktur komunikasi dapat membantu menghubungkan suatu daerah dengan daerah lainnya, membuka daerah akan informasi dari berbagai belahan dunia yang dapat bermanfaat untuk kegiatan pendidikan, bisnis, bahkan rekreasi.

Dapat dilihat bahwa teknologi komunikasi memiliki dampak besar yang tidak dapat diabaikan dalam kegiatan sehari-hari manusia. Bahkan dapat dikatakan bahwa teknologi komunikasi, mampu mempengaruhi perilaku dan budaya manusia. Dalam

konteks modern, hal ini dapat dilihat dalam perkembangan budaya internet modern sebagai contoh. Mengingat peran penting dari teknologi komunikasi dalam kehidupan dan peradaban manusia, maka pendalaman mengenai topik tersebut merupakan hal yang menarik. Dalam bab ini, akan dibahas berbagai aspek dari teknologi komunikasi dalam kehidupan manusia. Pertama, sejarah teknologi komunikasi akan dibahas. Perkembangan teknologi komunikasi dan perannya dalam sejarah manusia akan dibahas pada bagian tersebut. Kedua, dalam bab ini akan dibahas jenis-jenis teknologi komunikasi. Dalam bagian kedua tersebut, akan dibahas mengenai jenis-jenis teknologi yang umum digunakan di masa modern. Selanjutnya, akan dibahas mengenai peran infrastruktur teknologi komunikasi di dalam kegiatan komunikasi. Lalu, akan dibahas pula mengenai isu kemanan dan privasi di dalam teknologi komunikasi modern. Berikutnya, akan dibahas pula mengenai pengaruh teknologi komunikasi di dalam kehidupan sehari-hari. Terakhir, akan dibahas pula mengenai perkembangan teknologi komunikasi ke depannya. Melalui bab ini maka diharapkan pemahaman mengenai teknologi komunikasi, dampak, dan perkembangannya dapat lebih diperdalam.

10.2 Sejarah Teknologi Komunikasi

Sepanjang sejarah, manusia telah memanfaatkan berbagai teknologi dalam melakukan komunikasi. Kehidupan sehari-hari manusia tidak dapat terlepas dari kegiatan komunikasi. Komunikasi memiliki berbagai peran dalam kehidupan manusia, mulai dari percakapan ringan, penyampaian berita, komunikasi pemerintah, promosi bisnis, hingga intelejen militer. Mengingat peran sentral komunikasi dalam kehidupan sosial manusia, maka tidak heran apabila manusia terus mencoba mengembangkan metode komunikasi mereka. Pengembangan ini diantaranya menghasilkan berbagai teknologi komunikasi yang digunakan oleh manusia.

Sepanjang sejarah manusia, jangkauan komunikasi cukup terbatas. Namun seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi, jangkauan komunikasi pun semakin meluas dan pesan-pesan yang disampaikan pun semakin beragam. Diantara berbagai jenis teknologi, teknologi komunikasi merupakan salah satu yang

memiliki laju perkembangan dan inovasi yang paling cepat. Bahkan perkembangan teknologi komunikasi menjadi semakin cepat ketika memasuki zaman modern. Bentuk teknologi komunikasi pada awalnya cukup sederhana yaitu berupa surat ataupun kode dan sinyal yang disampaikan melalui jarak jauh. Contohnya, adalah sinyal menggunakan asap yang disampaikan melalui menara sebagai bentuk peringatan serangan pada abad pertengahan. Selanjutnya, perkembangan teknologi komunikasi melahirkan bentuk komunikasi massal seperti teknologi percetakan dan juga teknologi komunikasi jarak jauh mekanis seperti telegraf. Teknologi komunikasi pun berkembang lebih jauh hingga memasuki era komunikasi elektronik. Pada era ini, bentuk komunikasi elektronik seperti telepon, berkembang dan mulai digunakan secara massal. Terakhir, pada masa modern, teknologi komunikasi mulai memasuki era digital. Pada era digital perubahan besar terjadi pada metode dan konten komunikasi yang terjadi melalui teknologi. Berikut penjelasan singkat mengenai teknologi komunikasi pada tiap-tiap era tersebut. Berikut penjelasan singkat dari tiap era teknologi komunikasi tersebut.

1. Era Pra-modern

Pada era pra-modern, manusia tentunya ingin melakukan komunikasi satu sama lain melewati batas jarak. Namun, keterbatasan fisik tentunya menghalangi manusia untuk melakukan komunikasi tersebut. Pada era pra-modern, manusia pun memanfaatkan teknologi komunikasi dalam upaya untuk berkomunikasi melalui jarak. Tentunya, teknologi komunikasi pada masa pra-modern lebih sederhana dibandingkan teknologi komunikasi yang dapat ditemukan pada masa modern. Pada masa pra-modern, manusia memanfaatkan pesan melalui media tertulis seperti surat untuk melakukan komunikasi jarak jauh. Selain itu, serangkaian sinyal seperti sinyal asap dan sinyal api juga dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi secara cepat dalam jarak jauh. Metode komunikasi sederhana ini bahkan masih dapat ditemukan dan digunakan pada masa modern.



Gambar 10.1. Lukisan mengenai komunikasi menggunakan sinyal asap, dilukis oleh Frederic S. Remington (1905)

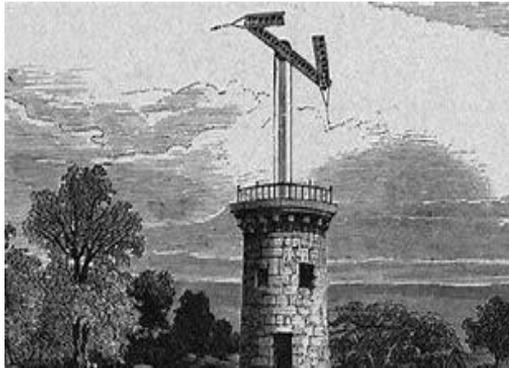
2. Era Percetakan

Teknologi percetakan sudah hadir di peradaban Tiongkok selama ribuan tahun dan juga dikembangkan oleh Johann Gutenberg pada 1455 di Jerman. Mesin cetak yang dikembangkan oleh Gutenberg mendorong perkembangan revolusi industri percetakan yang tumbuh selama 600 tahun. Industri percetakan berkembang dari koran hingga mencakup berbagai media mulai dari buku hingga kartu ucapan.

Koran merupakan salah satu media informasi yang muncul dari perkembangan teknologi percetakan. Di Amerika Serikat (AS) persebaran koran pada awalnya hanya terbatas pada kalangan elite dan terdidik, namun revolusi industri dan perkembangan mesin cetak telah memungkinkan koran, untuk diproduksi secara masal dan menjangkau berbagai kalangan. Kejadian seperti perang saudara dan perang Meksiko di AS sekitar tahun 1800, meningkatkan tuntutan publik akan berita. Hal ini mendorong perkembangan praktik jurnalisme modern seperti kehadiran reporter untuk meliput isu spesifik. Selain koran, produksi pers berkala (majalah dan media serupa) dan buku juga mengalami perkembangan pada era percetakan. Perkembangan teknologi percetakan, memungkinkan produksi

pers berkala dan buku untuk menjadi lebih produktif dan menjangkau masyarakat umum.

Pada masa ini, teknologi telegraf mekanik juga turut dikembangkan. Teknologi ini dikembangkan di Prancis oleh Claude Chappe pada tahun 1792. Telegraf mekanik adalah alat komunikasi jarak jauh yang dapat menyampaikan pesan melalui metode semafor atau optik. Telegraf mekanik semafor mampu menyampaikan pesan melalui kode semafor, yaitu sinyal visual yang disampaikan secara jarak jauh seperti halnya semafor bendera. Sedangkan telegraf mekanik optik, menyampaikan pesan melalui sinyal cahaya, dimana panel akan membuka dan menutup untuk memblokir cahaya matahari untuk menyampaikan pesan. Teknologi ini tentunya memiliki kemiripan dengan sinyal asap dan hal serupa pada era pra-modern, akan tetapi pesan yang dapat disampaikan melalui telegraf tentunya lebih kompleks.

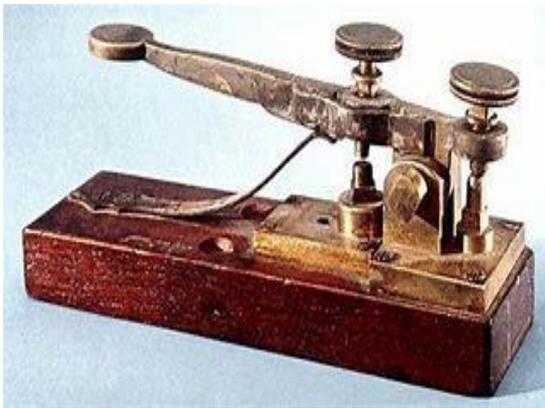


Gambar 10.2. Contoh telegraf mekanik

3. Era Elektronik

Persebaran dan penggunaan jaringan listrik menyebabkan perkembangan teknologi yang menggunakan listrik. Teknologi komunikasi pun turut berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi listrik. Pada era elektronik, bermunculan berbagai teknologi komunikasi yang memanfaatkan listrik untuk menyampaikan informasi. Pada masa ini teknologi telegraf dikembangkan lebih jauh menjadi

telegraf listrik. Teknologi ini merupakan teknologi komunikasi pertama yang memanfaatkan listrik dan merupakan salah satu contoh rekayasa listrik (*electrical engineering*) pertama dalam sejarah. Telegraf listrik melakukan transmisi pesan melalui kabel antara dua mesin telegraf yang pada umumnya terletak dalam kantor atau gedung tertentu. Di dalam sejarah pengembangan telegraf listrik, sistem pengiriman informasi yang digunakan cukup beragam, salah satunya adalah dengan menggunakan kode morse dalam mengirim pesan.



Gambar 10.3. Contoh telegraf listrik dengan basis kode morse

Perkembangan teknologi komunikasi listrik tentunya tidak berhenti pada telegraf listrik. Pengembangan teknologi komunikasi terus berkembang hingga dikembangkannya telepon oleh Alexander Graham Bell pada tahun 1876. Teknologi ini mampu mentransmisikan suara secara elektronik. Teknologi ini pada awalnya diadopsi oleh pelaku bisnis, terutama pelaku bisnis perhotelan dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari. Namun, persebaran teknologi telepon di Masyarakat juga cukup cepat. Dimana pada tahun 1894 penggunaan telepon untuk keperluan non-komersil merupakan hal yang lumrah.

Perkembangan teknologi komunikasi elektronik tentunya tidak berhenti di telepon saja, berbagai teknologi komunikasi lainnya terus bermunculan. Beragam teknologi komunikasi

seperti radio dan televisi turut berkembang pada era ini. Keragaman dan kecepatan perkembangan teknologi komunikasi elektronik, menyebabkan pesan dan informasi yang mampu disampaikan oleh teknologi komunikasi semakin beragam dan mampu menjangkau masyarakat dengan lebih luas.

4. Era Digital

Pada era modern, teknologi komunikasi memasuki era digital. Era teknologi komunikasi digital diantaranya dipicu oleh perkembangan teknologi komputer. Perkembangan teknologi komputer memungkinkan perubahan informasi analog (suara, gambar) menjadi bentuk digital. Perkembangan teknologi komputer mempermudah manipulasi, penyimpanan, dan persebaran informasi. Kemampuan komputer untuk mengubah informasi analog menjadi digital dan sebaliknya, memungkinkan kualitas informasi yang disampaikan untuk tetap terjaga.

Fungsi komunikasi pada komputer terus berkembang hingga Pertahanan Amerika Serikat, membangun sistem komunikasi antara jaringan komputer bernama ARPANET, yang merupakan konsep awal dari internet. Konsep awal internet, dibangun dengan tujuan untuk membangun jaringan komunikasi antar komputer apabila metode komunikasi yang umum pada masanya tidak lagi bekerja. Teknologi internet pun menjadi populer di kalangan universitas dan peneliti yang memiliki akses terhadap teknologi tersebut. Badan Sains Nasional di Amerika Serikat lalu mendukung koneksi komputer antar daerah pada tahun 1982, yang memomulerkan penggunaan jaringan tersebut. Pengembangan jaringan komputer untuk keperluan penelitian terus berkembang hingga mencapai berbagai belahan dunia lain pada tahun 1989.

Hingga saat itu, pengembangan jaringan Internet bagi masyarakat umum tidak terlalu diperhatikan. Penggunaan internet bagi masyarakat umum, mulai berkembang melalui pengembangan web browser bernama Mosaic oleh Marc Andersson. Keberadaan *web browser* mempermudah

masyarakat umum untuk menavigasi jaringan Internet tanpa harus memiliki kemampuan operasi komputer yang handal. Sistem operasi Windows 95, yang dikembangkan oleh perusahaan komputer Microsoft, memiliki *web browser* Internet Explorer di dalamnya yang turut memomulerkan penggunaan internet. Penetrasi internet dalam kehidupan sehari-hari masyarakat pada umumnya menjadi semakin dalam, sehingga pada abad ke-21 penggunaan internet merupakan salah satu alasan utama seseorang untuk memiliki komputer.

Kehadiran Internet mampu melahirkan berbagai inovasi baru dalam melakukan komunikasi. Konsep *Internet of Things* (IoT) dimana barang sehari-hari mampu terkoneksi dengan internet untuk memproses informasi yang dikumpulkan oleh komputer di dalamnya. Digitalisasi media analog seperti buku, majalah, video, dan lainnya yang dapat diakses melalui Internet. Hingga konvergensi berbagai bentuk media yang dapat ditemukan ditemukan dalam suatu situs web. Media sosial dimana manusia dapat melakukan interaksi sosial melalui berbagai media, yang telah mengubah cara dan perilaku manusia dalam melakukan komunikasi. Konsep *Big Data*, dimana informasi yang tersebar dengan bebas di dalam internet dapat dianalisa untuk kepentingan bisnis, penelitian, dan pemerintahan. Hingga perkembangan teknologi kecerdasan buatan, yang dibangun untuk dapat membantu manusia dalam memecahkan masalah dan mengambil keputusan.

Perkembangan teknologi terus berkembang dengan cepat, namun tentunya terdapat dampak negatif dan positif dari cepatnya perkembangan tersebut. Hal ini dapat dilihat dari sulitnya regulasi penggunaan teknologi komunikasi tersebut, dimana regulator kesulitan dalam meminimalisasi dampak negatif yang muncul. Berita *hoax*, isu hak cipta, dan isu keamanan negatif merupakan beberapa isu yang umum ditemukan pada masa sekarang. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk dapat memproses informasi di Internet dengan bijak.

10.3 Jenis-jenis Teknologi Komunikasi

Manusia memanfaatkan berbagai cara dalam melakukan komunikasi. Sebagai contoh, cara komunikasi yang paling sederhana tentunya adalah komunikasi verbal, dimana individu mengekspresikan pemikiran mereka melalui bahasa. Bentuk komunikasi yang lazim ditemukan lainnya adalah komunikasi tertulis, dimana individu mengekspresikan pemikiran dan menyampaikan informasi melalui bahasa tertulis. Komunikasi visual merupakan bentuk komunikasi lainnya yang dapat ditemukan pada kehidupan sehari-hari. Dalam komunikasi visual, informasi disampaikan melalui desain visual. Sebagai contoh, bentuk komunikasi ini dapat ditemukan pada rambu-rambu lalu lintas dan poster.

Tiap-tiap cara komunikasi tersebut tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Komunikasi verbal, pada umumnya dilakukan secara real time dimana pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi hadir di dalam suatu waktu yang sama. Kedua belah pihak lalu menginterpretasikan informasi yang disampaikan pihak lainnya secara langsung di dalam percakapan atau secara sinkronus. Komunikasi tertulis tidak terjadi secara langsung, kedua belah pihak mampu merevisi dan mengubah pesan yang akan disampaikan agar kualitas informasi yang disampaikan lebih optimal. Teknologi komunikasi tentunya memfasilitasi penggunaan bentuk-bentuk komunikasi tersebut, bahkan mengombinasikan dan membentuk gaya komunikasi baru. Namun, fitur dan karakteristik dari bentuk-bentuk komunikasi tersebut tetap dapat ditemukan. Berikut beberapa jenis teknologi komunikasi modern berdasarkan bentuk komunikasi yang dapat difasilitasi.

1. Komunikasi tertulis

Teknologi komunikasi modern memfasilitasi bentuk komunikasi tertulis. Beberapa teknologi komunikasi tersebut diantaranya adalah surat elektronik (surel), layanan pesan singkat, dan aplikasi perpesanan. Surat elektronik merupakan sebuah metode dalam mengirim dan menerima pesan melalui perangkat elektronik. Surat elektronik dapat dikatakan merupakan bentuk digital dari surat. Pesan dan data yang

terkirim dan diterima akan disimpan dalam “kotak surat” yang diidentifikasi berdasarkan alamat surat elektronik. Teknologi komunikasi ini umum digunakan diantaranya dalam konteks formal seperti untuk keperluan bisnis dan pemerintahan, bahkan dapat dikatakan bahwa surel merupakan bentuk komunikasi utama dalam konteks bisnis . Surel umum digunakan dalam konteks tersebut karena dipandang praktis, ringkas, dan mampu mengirim pesan kepada beberapa individu secara bersamaan .

Layanan pesan singkat dan aplikasi perpesanan memiliki fungsi yang kurang lebih sama. Kedua layanan ini memberikan layanan berupa pengiriman pesan singkat dengan konten dapat berupa teks, video, gambar, atau pesan suara. Hal yang membedakan keduanya adalah keberadaan fitur tertentu dan penyedia layanan. Penyedia layanan pesan singkat pada umumnya merupakan penyedia layanan telepon genggam, dimana terdapat biaya dalam tiap pesan yang dikirim. Namun, privasi dan keamanan dari tiap pesan lebih terjaga dibandingkan dengan aplikasi perpesanan. Aplikasi perpesanan memiliki berbagai fitur sosial dan juga tidak memakan biaya ketika mengirimkan pesan. Hal ini menyebabkan popularitas aplikasi perpesanan menjadi lebih populer dibandingkan dengan layanan pesan singkat di masa modern . Pertukaran pesan dalam kedua layanan tersebut memiliki elemen sinkronus dan asinkronus . Apabila dibandingkan dengan media tertulis seperti surat, komunikasi melalui teknologi pesan singkat dapat dikatakan lebih mendekati percakapan melalui teks. Hal ini menyebabkan pengguna cenderung untuk dapat membalas dan mengirim pesan seperti percakapan langsung, namun juga dapat mengabaikan pesan atau membalas pesan beberapa waktu setelah pesan diterima.



Gambar 10.4. Contoh pertukaran pesan yang terjadi dalam aplikasi perpesanan Whatsapp

2. Komunikasi verbal

Komunikasi verbal merupakan bentuk komunikasi paling sederhana dan paling mendasar dalam kehidupan manusia. Dalam kegiatan sehari-hari, manusia melakukan percakapan tatap muka dan interaksi lainnya. Keberadaan teknologi komunikasi, mampu memindahkan interaksi tersebut dari interaksi tatap muka menjadi termediasi oleh teknologi. Hal ini memungkinkan manusia untuk melakukan komunikasi verbal secara jarak jauh dan bahkan dapat dilengkapi berbagai fitur yang dapat membantu percakapan jarak jauh tersebut. Beberapa teknologi komunikasi yang mampu memfasilitasi hal tersebut adalah telepon *Voice over Internet Protocol* (VoIP), dan aplikasi yang memiliki fitur panggilan suara.

Telepon merupakan teknologi komunikasi berbasis elektronik yang memungkinkan informasi berupa suara ditransmisikan secara elektrik kepada telepon penerima. Teknologi telepon memungkinkan penggunaanya untuk melakukan komunikasi secara sinkronus dengan lawan bicara tanpa memedulikan jarak. Akan tetapi tentunya terdapat

berbagai perbedaan krusial antara percakapan tatap muka dan percakapan melalui telepon . Perbedaan tersebut diantaranya adalah hilangnya komunikasi non-verbal karena komunikasi tidak dilakukan secara tatap muka. Komunikasi non-verbal seperti bahasa tubuh tentunya memberikan konteks dan informasi yang penting bagi seseorang dalam menginterpretasikan dan memproses informasi. Hal ini tentunya menyebabkan pelaku komunikasi harus beradaptasi dalam mengelola percakapan yang terjadi. Sebagai contoh, percakapan melalui telepon pada umumnya dilakukan secara bergantian tidak seperti percakapan tatap muka dimana terkadang komunikasi terjadi secara bersamaan.

Fitur komunikasi seperti telepon juga dapat ditemukan pada aplikasi perpesanan. Dimana koneksi telepon dapat dilakukan melalui Internet. Fitur telepon tersebut juga pada umumnya bersifat gratis seperti halnya fitur pengiriman pesan singkat pada aplikasi serupa. Fitur layanan ini memanfaatkan teknologi yang disebut *Voice over Internet Protocol (VoIP)*. Teknologi ini memungkinkan transmisi suara melalui Internet dengan mengubah sinyal suara menjadi sinyal digital dan mentransmisikannya melalui jaringan internet . Teknologi ini memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan layanan telepon seperti biaya yang rendah, layanan yang terintegrasi dengan layanan lain, mudah diperbarui (*update*), dan jarang nya kegagalan koneksi .

3. Komunikasi audio-visual

Teknologi komunikasi juga memungkinkan manusia untuk melakukan komunikasi seperti layaknya komunikasi tatap muka dimana sinyal verbal dan non-verbal dapat tersampaikan. Bentuk komunikasi ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi komunikasi audio-visual. Teknologi ini memungkinkan transmisi informasi verbal dan visual antara peserta komunikasi. Hal ini memungkinkan elemen non-verbal dalam komunikasi untuk tersampaikan, karena peserta komunikasi dapat melihat bahasa tubuh, sinyal sosial, kondisi lingkungan, dan sinyal lainnya dari lawan bicara. Komunikasi

yang terjadi tentunya dapat berjalan dengan lebih efektif dibandingkan dengan komunikasi verbal melalui telepon atau komunikasi melalui teks. Beberapa teknologi perangkat lunak dapat memfasilitasi komunikasi audio-visual seperti aplikasi *video conference*, dan layanan video siaran langsung.

Teknologi *video conference* merupakan salah satu bentuk teknologi yang memungkinkan komunikasi audio-visual. Melalui layanan ini, komunikasi selayaknya percakapan langsung dapat dilakukan secara jarak jauh. Konsep komunikasi seperti ini pada dasarnya bukanlah hal baru, transmisi informasi audio-visual secara jarak jauh sudah diterapkan melalui beberapa teknologi seperti televisi. Teknologi *video conference* memiliki perbedaan dimana percakapan terjadi secara real time. Tentunya terdapat perbedaan antara komunikasi melalui teknologi video conference dan percakapan langsung. Sebagai contoh, *bandwidth* dari koneksi Internet memegang peranan penting dalam kelancaran komunikasi yang terjadi. Selain itu, karena komunikasi terjadi melalui aplikasi maka pengguna pun harus berinteraksi dengan *interface/* tampilan aplikasi untuk melakukan komunikasi.



Gambar 10.5. Contoh pertukaran pesan yang terjadi dalam aplikasi video conference Zoom

Streaming adalah terminologi yang digunakan untuk mendeskripsikan sistem tayangan ulang multimedia menggunakan perangkat lunak *media player*. Informasi

dikirimkan melalui paket data dari server kepada penerima dan ditampilkan secara real time. Hal ini memungkinkan pengguna untuk mengakses media melalui internet tanpa perlu menyimpan media tersebut di dalam komputer pribadi .

4. Media sosial

Media sosial memiliki definisi yang luas dan beragam. Secara umum media sosial dapat didefinisikan sebagai kanal komunikasi massal berbasis internet yang memfasilitasi interaksi antar pengguna dan didorong oleh konten yang diciptakan pengguna . Terdapat beberapa elemen penting di dalam media sosial seperti profil dan persentasi diri, elemen jaringan, arus konten, dan pertukaran pesan. Elemen-elemen tersebut membangun dasar-dasar pola interaksi dan pengalaman dalam menggunakan media sosial. Pengguna sendiri memiliki berbagai alasan dalam menggunakan media sosial. Alasan tersebut diantaranya adalah sosialisasi antar teman dan keluarga, romansa dan mencari pasangan, interaksi dengan perusahaan dan merk favorit, mencari kerja, serta melakukan bisnis .



Gambar 10.6. Contoh tampilan laman web dari layanan media sosial Facebook

Dapat dilihat bahwa penggunaan media sosial sangat beragam, dengan fitur-fitur yang mendukung alasan penggunaan

tersebut. Maka tidak heran bahwa penggunaan media sosial sudah menjadi hal umum di dalam masyarakat. Selain sebagai media bagi individu untuk bersosialisasi, media sosial juga digunakan oleh berbagai elemen lainnya dalam mempromosikan tujuan mereka. Sebagai contoh, banyak bisnis telah memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi. Selain itu, media sosial dapat membantu mendorong keterlibatan dan menyebarkan informasi bagi pergerakan aktivisme.

10.4 Infrastruktur Teknologi Komunikasi

Dalam menyokong penggunaan teknologi komunikasi, tentunya diperlukan infrastruktur yang memadai. Teknologi komunikasi modern pada umumnya memanfaatkan jaringan listrik dan Internet untuk melakukan komunikasi. Oleh karena itu, infrastruktur terkait jaringan Internet dan listrik tentunya diperlukan agar teknologi komunikasi tersebut dapat digunakan. Selain infrastruktur yang diadakan oleh pemerintah, alat komunikasi pribadi dan alat pendukung lainnya juga pada umumnya dibutuhkan untuk melakukan komunikasi. Pada bagian ini akan dibahas mengenai infrastruktur yang dibutuhkan untuk menyokong komunikasi di masa modern.

Pembahasan mengenai infrastruktur komunikasi yang dibahas pada bagian ini akan fokus pada infrastruktur terkait *high-speed* internet. Infrastruktur Internet dapat dikatakan merupakan salah satu infrastruktur paling penting di masa modern. Menurut data *International Telecommunication Union* (ITU), penetrasi internet global sudah mencapai 67% dari populasi manusia. Hal ini menunjukkan semakin pentingnya infrastruktur Internet dalam kehidupan manusia. Salah satu infrastruktur internet paling penting adalah jaringan broadband, yaitu adalah infrastruktur jaringan internet dengan kecepatan tinggi yang digunakan untuk berbagai kegiatan. Terdapat berbagai tipe infrastruktur jaringan broadband seperti kabel serat optik, saluran langganan digital (DSL), kabel koaksial, broadband satelit, dan broadband nirkabel.

Kabel serat optik mentransmisikan data melalui metode optik dengan menggunakan kabel yang terbuat dari kaca atau

plastik. Data elektronik diolah menjadi sinyal cahaya oleh laser semikonduktor atau LED yang lalu diterima dan diterjemahkan oleh penerima berupa detektor optik. Metode transmisi melalui infrastruktur serat optik memungkinkan transmisi data lebih cepat, minim gangguan, dan dengan ukuran dan berat kabel yang lebih rendah. Kabel DSL memanfaatkan kabel telepon rumah untuk jaringan Internet. Infrastruktur ini tetap memungkinkan penggunaan telepon dan Internet secara bersamaan tanpa mengganggu aktivitas penggunaan satu dengan yang lain . Infrastruktur ini tidak membutuhkan perubahan besar dari infrastruktur yang ada dan cenderung membutuhkan biaya yang relatif rendah. Namun, kecepatan internet dapat terpengaruh oleh panjangnya jalur transmisi. Seperti halnya infrastruktur DSL, infrastruktur kabel koaksial memanfaatkan jalur kabel dari layanan TV kabel untuk jaringan Internet. Layanan TV kabel dan jaringan internet dapat diberikan secara bersamaan melalui infrastruktur ini. Namun kekurangan dari infrastruktur ini adalah kecepatan internet dipengaruhi oleh jumlah pengguna layanan, semakin banyak pengguna maka kecepatan akan semakin lambat .

Tentunya infrastruktur yang memanfaatkan kabel memiliki batasan seperti batasan fisik. Terkadang terdapat daerah yang sulit dijangkau atau memiliki kondisi geografis yang mempersulit pembangunan infrastruktur berbasis kabel. Infrastruktur satelit memanfaatkan satelit untuk jaringan internet, hal ini memungkinkan transmisi sinyal untuk daerah yang sulit dijangkau oleh kabel . Infrastruktur ini berfungsi dengan mengirimkan transmisi sinyal radio dari satu stasiun kepada stasiun di daerah lain melalui satelit. Meskipun memiliki jangkauan yang luas, kualitas video yang lebih baik, serta gangguan hilangnya paket data yang minim, teknologi ini memiliki biaya tinggi dan batasan dalam penerapan real-time karena adanya rentang transmisi sinyal.

Infrastruktur komunikasi lainnya yang dapat ditemukan secara umum adalah infrastruktur broadband nirkabel. Infrastruktur ini pada umumnya digunakan oleh perangkat genggam untuk mengakses jaringan internet secara nirkabel. Pengguna dapat mengakses Internet dengan dimediasi menara telepon seluler. Teknologi komunikasi nirkabel generasi ke-empat

(4G, 4G LTE) dan generasi ke-lima (5G) merupakan standar teknologi yang umumnya digunakan oleh perangkat genggam di masa modern. Teknologi ini tidak hanya dimanfaatkan oleh perangkat genggam namun juga dimanfaatkan oleh perangkat lainnya yang menggunakan fitur komunikasi nirkabel.

10.5 Keamanan dan Privasi Dalam Penggunaan Teknologi Komunikasi

Di masa modern penggunaan komputer dan teknologi komunikasi digital merupakan hal yang umum. Bahkan dapat dikatakan bahwa semakin individu dan infrastruktur yang menggantungkan diri kepada teknologi komunikasi digital. Sebagai contoh, semakin banyak individu yang memiliki lapangan pekerjaan yang berkaitan dengan penggunaan teknologi komunikasi digital, seperti pekerjaan pada bidang pemasaran, pengolahan data, dan juga pekerjaan yang bersifat remote. Dari segi infrastruktur semakin banyak perangkat yang memanfaatkan teknologi *Internet of Things* untuk dapat berfungsi secara maksimal. Seiring dengan semakin integrasi penggunaan teknologi komunikasi digital, isu mengenai keamanan dan privasi menjadi semakin hangat.

Risiko siber (*cyber risk*) dapat didefinisikan sebagai risiko operasional yang muncul dalam aktivitas di dalam ruang siber (*cyberspace*). Risiko ini mengancam asset informasi, asset teknologi, dan sumber daya terkait internet dan komunikasi teknologi yang dimiliki. Dampak dari ancaman ini dapat bersifat tangible dan intangible mulai dari interupsi kegiatan suatu organisasi hingga rusaknya reputasi dari individu. Mengingat dampak serangan siber yang mengancam maka tidak heran apabila organisasi dan individu melakukan upaya untuk meningkatkan keamanan siber mereka.

Terdapat beberapa metode yang umum digunakan dalam tindak kriminal siber seperti *denial of service*, *man in the middle*, *malware*, dan *phising*. Dalam metode *denial of service*, seorang hacker mengkonsumsi semua sumber daya server, sehingga akses layanan tidak dapat digunakan oleh pengguna. Dalam metode *man in the middle*, seorang hacker menempatkan diri antara perangkat milik korban dan router untuk “menguping” pertukaran informasi atau mengubah paket data yang dikirim. Dalam metode *phising*,

pelaku mengirimkan pesan melalui surel atau metode lainnya untuk membujuk atau meyakinkan korban untuk membuka informasi pribadi. Terakhir, dalam metode *malware*, korban melakukan kontak dengan worm atau virus sehingga perangkat mereka terinfeksi.

Dalam mengatasi serangan-serangan tersebut baik pihak pengembang dan pengguna teknologi komunikasi telah mengembangkan beberapa respon. Enkripsi merupakan salah satu metode pertahanan terakhir yang dapat digunakan untuk mencegah “pengupingan” dari pihak lain. Sejak jaman dahulu manusia sudah menggunakan metode kriptografi untuk membuat pesan yang tidak mudah dibaca oleh lawan atau pihak lain melalui serangkaian kode dan protokol. Di masa modern, hal ini digunakan untuk membuat kabur isi pesan yang disampaikan di Internet untuk menjaga privasi dan keamanan dari pihak-pihak yang terlibat.

Selain enkripsi berbagai teknologi keamanan juga digunakan untuk meningkatkan keamanan dari perangkat komunikasi yang digunakan. *Firewall* adalah system keamanan jaringan dari suatu perangkat yang mengawasi dan mengendalikan arus keluar dan masuk jaringan berdasarkan peraturan keamanan tertentu. *Firewall* membuat batasan antara jaringan yang dapat dipercaya dan tidak. Sistem deteksi *malware* dan *anti-virus*, untuk mendeteksi *malware* biasanya digunakan dua pendekatan yaitu analisa statik dan analisa dinamis. Analisa statik menganalisis program dengan mempelajari kode dari program tersebut namun pendekatan ini kurang efektif untuk *malware* yang belum diketahui. Analisa dinamik melakukan analisa perilaku terhadap perangkat lunak yang dicurigai untuk menentukan apakah perangkat lunak tersebut dapat dikategorikan sebagai *malware*. Anti-virus melakukan pemindaian terhadap *file* di dalam komputer dan membandingkan bagian kode dari *file* tersebut dengan database *virus* dari *anti-virus*. Apabila terdapat kecocokan maka *anti-virus* akan melakukan tindakan lebih lanjut.

Teknologi keamanan memang memiliki peran penting di dalam penggunaan teknologi komunikasi. Namun perilaku pengguna juga penting dalam meningkatkan dan menjaga tingkat keamanan dalam menggunakan teknologi komunikasi. Para pelaku tindak kriminal siber terkadang memanfaatkan metode yang

menargetkan aspek perilaku dan sosial dari seseorang seperti metode *phising*. Pengguna diharapkan mampu untuk memikirkan konsekuensi akan tindakan mereka dalam menggunakan teknologi komunikasi. Pengguna harus memahami dan menerapkan panduan dan kebijakan keamanan siber yang ada.

10.6 Pengaruh Teknologi Komunikasi di Dalam Masyarakat

Kebutuhan manusia akan bentuk komunikasi yang lebih efektif dan efisien mendorong perkembangan dan adopsi teknologi komunikasi. Dimulai dari teknologi komunikasi sederhana seperti surat dan sinyal asap, teknologi komunikasi telah berkembang pesat hingga memungkinkan komunikasi instan tanpa memedulikan ruang dan waktu melalui internet dan telepon genggam. Keberadaan teknologi tersebut tentunya memberikan dampak yang besar pada kehidupan sehari-hari manusia. Dimulai dari munculnya gaya interaksi baru, munculnya pekerjaan baru, hingga munculnya metode komunikasi baru. Bukan tidak mungkin jika dikatakan bahwa perkembangan teknologi komunikasi telah merubah proses interaksi manusia.

Di masa modern, keberadaan media sosial dan berbagai perangkat lunak lainnya yang memiliki aspek komunikasi dan sosial sudah umum digunakan. Kanal-kanal sosial dan komunikasi tersebut memiliki fitur komunikasi yang tidak ditemukan pada teknologi komunikasi sebelumnya. Seperti fitur linimasa, konvergensi berbagai metode komunikasi mulai dari lisan, visual, atau tertulis, dan juga berbagai fitur profil yang memberikan kesempatan bagi individu untuk menunjukkan individualitas dan keseharian mereka. Keberadaan media-media tersebut juga membuka kesempatan bagi masyarakat untuk berinteraksi dengan tokoh-tokoh masyarakat seperti pemegang jabatan pemerintahan, selebriti, dan perusahaan. Kebebasan ekspresi dan interaksi ini tentunya dapat mempengaruhi cara komunikasi dari manusia.

Selain itu, keberadaan perangkat lunak yang mendukung komunikasi secara *real-time* (baik secara audio-visual atau teks) juga dapat mempengaruhi kehidupan manusia. Adanya teknologi tersebut mempermudah komunikasi manusia secara real time

tanpa mengenal jarak. Hal ini membuka kesempatan bagi manusia dari berbagai belahan dunia untuk berinteraksi secara langsung. Keberadaan teknologi tersebut mampu membuka berbagai kesempatan baik dari sisi kehidupan sosial, edukasi, dan bisnis. Dapat dilihat bahwa teknologi komunikasi telah memberikan berbagai dampak yang signifikan dalam kehidupan manusia. Berikut dampak teknologi komunikasi dari sisi sosial, ekonomi, dan pendidikan.

1. Dampak Sosial

Dampak sosial dari teknologi komunikasi modern dapat dilihat dan dirasakan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan semakin didorongnya fitur sosial dalam teknologi komunikasi modern, para pengguna pun berpartisipasi baik secara aktif atau pasif dalam ruang sosial yang diciptakan teknologi tersebut. Hal ini berbeda dengan komunikasi melalui telepon atau teknologi serupa dimana interaksi hanya terjadi antara peserta komunikasi. Pengguna media sosial turut berinteraksi dengan berbagai pengguna lainnya meskipun para pengguna tidak saling mengenal. Aplikasi pesan singkat memiliki berbagai fitur sosial seperti fitur status atau fitur serupa dimana pengguna dapat mengunggah konten baik terkait kehidupan sehari-hari atau hal lainnya untuk dilihat oleh sesama pengguna. Dapat dikatakan bahwa individu semakin terhubung satu dengan lainnya.

Media sosial merupakan salah satu bentuk teknologi komunikasi dengan fitur sosial yang paling umum digunakan. menyatakan bahwa 60% dari total populasi pada tahun 2022 menggunakan media sosial. Hal ini menunjukkan betapa dalamnya penetrasi media sosial di dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial telah meningkatkan konektivitas dalam kehidupan manusia, individu dapat terhubung dengan individu dari belahan dunia lainnya dengan mudah. Bahkan dapat membangun suatu hubungan sosial dengan individu tersebut. Meningkatnya konektivitas melalui media sosial memudahkan informasi dan berita tersebar luas. Hal ini dapat membantu seseorang untuk mencari bantuan dan mendapatkan informasi mendidik. Hal ini juga dapat membantu seseorang untuk

menyebarkan informasi dengan tujuan mulia, seperti adanya kegiatan amal. Persebaran informasi yang cepat di media sosial bahkan dapat membantu membujuk atau mendorong seseorang untuk mendukung tujuan tertentu .

Tentunya terdapat pula dampak negatif dari kebebasan aliran informasi dan konektivitas yang ditawarkan oleh media sosial. Pertama, media sosial dapat menimbulkan rasa kesepian. Meskipun media sosial memiliki fitur sosial yang mampu menghubungkan individu, aktivitas sosial yang ditawarkan dapat bersifat non-interaktif seperti melihat profil dan konten yang ditampilkan seseorang. Hal ini dapat menimbulkan rasa bahwa kebutuhan sosial dari seseorang sudah terpenuhi walaupun koneksi interpersonal sebagaimana dapat terjadi dalam dunia nyata tidak terpenuhi. Kedua, komparasi sosial dapat muncul ketika seseorang melihat konten yang ditampilkan oleh individu lainnya. Seseorang dapat merasa bahwa hidup mereka kurang dari cukup ketika melihat konten yang ditampilkan. Hal ini tentunya dapat menimbulkan dampak negatif bagi seseorang yang merasa hidup mereka tidak cukup baik.

2. Dampak Edukasi

Konektivitas yang ditawarkan oleh teknologi komunikasi membuka berbagai kesempatan bagi seseorang untuk dapat berkomunikasi dengan seseorang dari belahan dunia lain. Hal ini menyebabkan terbuka luasnya arus informasi, sehingga individu dapat mengakses berbagai informasi dengan mudah. Kebebasan arus informasi ini, dapat dimanfaatkan untuk memperluas akses pendidikan bagi masyarakat luas. Keberadaan teknologi informasi seperti teknologi komunikasi audio-visual berupa rekaman video atau siaran langsung dapat membantu konten edukasi untuk disampaikan tanpa memedulikan ruang dan waktu. Individu dari belahan dunia lain dapat mengakses konten pendidikan tersebut untuk memperkaya diri. Bahkan dapat dikatakan bahwa kehadiran teknologi komunikasi modern telah mengubah metode penyampaian dalam pendidikan.

Penerapan teknologi komunikasi dalam pendidikan dapat dilakukan di dalam kegiatan persekolahan. Aktivitas pendidikan di dalam sekolah secara perlahan mulai menggunakan teknologi informasi modern. Penggunaan internet, *smart white board*, LCD, dan aplikasi komunikasi audio-visual seperti zoom dapat ditemukan dalam kegiatan persekolahan. Keberadaan teknologi komunikasi ini dapat membantu akses pendidikan secara jarak jauh. Seperti dibuktikan pada masa pandemi COVID-19, keberadaan aplikasi komunikasi audio-visual seperti Zoom dapat membantu murid untuk tetap mendapatkan akses pendidikan walaupun tidak dapat hadir di kelas karena adanya pembatasan mobilitas. Keberadaan teknologi informasi juga memungkinkan pengajar untuk memberikan materi pendidikan dengan cara yang inovatif dan menarik untuk menarik perhatian murid pada topik pembelajaran. Teknologi informasi seperti internet juga dapat membantu murid untuk mengakses berbagai topik terkait dengan materi pembelajaran dengan mudah. Selain itu, keberadaan platform yang dapat membantu proses belajar dan mengajar seperti Google Classroom, dapat membantu pengajar dalam mengelola kelas .

Namun tentunya terdapat berbagai hambatan dalam adopsi teknologi komunikasi di dalam pendidikan . Salah satu hambatan utama dalam adopsi teknologi komunikasi dalam pendidikan adalah kesiapan dan penguasaan teknologi dari staff pengajar. Tenaga pengajar terkadang memiliki kesiapan adopsi dan penguasaan teknologi yang rendah, sehingga proses pembelajaran dengan menggunakan teknologi komunikasi tersebut tidak berjalan dengan maksimal. Ada baiknya apabila adopsi teknologi komunikasi dalam proses pembelajaran didahului dengan adanya pelatihan atau instruksi penggunaan teknologi tersebut bagi pengajar. Hambatan lainnya adalah keberadaan infrastruktur, dimana murid yang memiliki latar belakang ekonomi menengah ke bawah dapat memiliki kesulitan akses akibat tidak memiliki infrastruktur seperti telepon genggam dan komputer pribadi yang memadai. Terakhir, terdapat pula isu kecurangan dalam tugas dan ujian

yang dapat menjadi hambatan dalam penerapan teknologi komunikasi di dalam pendidikan.

3. Dampak Ekonomi

Kehadiran teknologi komunikasi modern juga mengubah berbagai aspek ekonomi, seperti bisnis dan transaksi. Penetrasi internet yang tinggi di dalam masyarakat, mampu menciptakan berbagai kesempatan pekerjaan dan bisnis baru bagi masyarakat. Bagi perusahaan, teknologi komunikasi modern memberikan metode baru untuk mempromosikan produk mereka. Komunikasi dan koordinasi dalam rantai pasok menjadi semakin mudah melalui teknologi komunikasi modern. Transaksi secara daring juga menjadi salah satu bagian penting dalam melakukan bisnis di masa modern. Dapat dilihat betapa pentingnya teknologi komunikasi modern di dalam ekonomi modern.

Teknologi informasi merupakan cara utama suatu bisnis untuk menciptakan dan menangkap nilai untuk mencapai keuntungan. Sehingga dapat dikatakan bahwa teknologi informasi memegang peranan penting dalam strategi suatu bisnis. Teknologi komunikasi dapat memperkuat dan mengembangkan kapabilitas dari suatu perusahaan. Salah satu penerapan teknologi komunikasi dalam bisnis yang paling umum adalah untuk keperluan pemasaran. Pemasaran melalui kanal digital memiliki berbagai keunggulan seperti adanya interaksi langsung dengan target pemasaran. Adanya interaksi langsung juga menyebabkan bisnis dapat melihat langsung dampak dari kampanye pemasaran yang dilakukan. Biaya yang perlu dikeluarkan bahkan relatif lebih kecil dibandingkan pemasaran tradisional. Jangkauan pemasaran yang lebih luas juga merupakan keunggulan lainnya dari pemasaran melalui kanal digital. Melihat berbagai keunggulan tersebut dan juga semakin meningkatnya pengguna media sosial dan internet, maka tidak heran bahwa banyak perusahaan dan bisnis mendorong strategi pemasaran melalui kanal digital.

Adopsi internet dan media sosial secara luas juga membuka berbagai peluang bisnis bagi berbagai elemen

masyarakat. Fenomena ini dapat dilihat dari bermunculannya berbagai *e-commerce*, dimana transaksi layanan dan barang dilakukan dan dimediasi melalui Internet. Berbagai infrastruktur di dalam ekologi internet seperti layanan transfer daring, pemasaran daring, dan layanan lainnya mendukung kemudahan adopsi *e-commerce* di dalam masyarakat. Seperti halnya layanan berbasis internet lainnya *e-commerce* memungkinkan transaksi barang dan produk dari berbagai belahan dunia. Selain itu, keberadaan *e-commerce* juga mampu menciptakan berbagai lapangan pekerjaan baru seperti dalam mengelola alur informasi, konsumen, dan proses produksi yang tentunya memiliki alur yang berbeda dibandingkan dengan bisnis tradisional. Keberadaan *e-commerce* juga mempermudah konsumen untuk melakukan kegiatan berbelanja dari rumah, apalagi dengan pilihan yang lebih banyak dibandingkan dengan toko tradisional. Hal ini tentunya, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kondisi ekonomi modern.

10.7 Etika dan Isu Sosial di Dalam Teknologi Komunikasi

Kebebasan arus informasi dan interaksi yang terjadi di dalam teknologi komunikasi modern memang memberikan banyak manfaat bagi kehidupan manusia. Namun tentunya terdapat beberapa individu yang memanfaatkan keberadaan teknologi komunikasi modern bagi keuntungan mereka sendiri. Tidak jarang ditemukan kasus dimana kebebasan arus informasi ini dimanfaatkan untuk tujuan tertentu dengan menyebarkan informasi yang salah atau bersifat untuk menjatuhkan individu atau golongan tertentu. Hal ini tentunya dapat menimbulkan kerugian dan keresahan di masyarakat akibat potensi konflik yang dapat ditimbulkan.

Tidak hanya isu mengenai berita bohong atau *hoax*, banyak pengguna yang juga menggunakan celah-celah di dalam teknologi komunikasi untuk merugikan masyarakat. Tentunya, tidak ada desain teknologi yang sempurna, begitu pula dengan teknologi komunikasi di mana masih terdapat berbagai celah terkait keamanan dan privasi. Hal ini dapat menimbulkan kebocoran

informasi pribadi pengguna kepada pihak-pihak yang tidak diinginkan. Tentunya kerusakan reputasi dan kerugian material dapat menjadi konsekuensi dari tersebarnya informasi pribadi tersebut.

Isu lainnya yang dapat timbul dari teknologi komunikasi modern adalah timbulnya ketergantungan teknologi. Pada masa modern, dapat dilihat dimana banyak pengguna media sosial memiliki ketergantungan psikologis dengan media sosial yang digunakan. Hal ini tentunya dapat menurunkan kualitas hidup dan kesehatan mental dari individu tersebut. Selain ketergantungan psikologis, semakin banyak layanan teknologi lain yang menggunakan berbagai fitur teknologi komunikasi. Keterkaitan antara teknologi ini tentunya dapat berdampak negatif apabila layanan teknologi komunikasi yang digunakan tidak dapat digunakan karena alasan tertentu. Sebagai contoh, layanan Internet banking tentunya tidak dapat digunakan tanpa Internet, hal ini tentunya dapat menimbulkan gangguan dalam aktivitas bisnis ketika infrastruktur atau layanan Internet terganggu. Berdasarkan contoh-contoh tersebut dapat dilihat berbagai potensi isu etika dan sosial yang dapat ditimbulkan oleh penggunaan teknologi komunikasi. Dalam bagian ini akan dibahas mengenai isu etika dan sosial yang dapat timbul dalam penggunaan teknologi komunikasi. Berikut isu-isu yang dapat timbul dari penggunaan teknologi komunikasi tersebut.

1. Isu privasi

Isu privasi merupakan salah satu isu yang penting dalam penggunaan teknologi komunikasi modern, terutama teknologi seperti media sosial dan layanan pesan singkat. Layanan berbasis internet secara tidak langsung merekam dan menyimpan data-data terkait aktivitas dan profil pengguna hanya dengan menggunakan layanan tersebut. Data-data terkait aktivitas, perilaku, dan profil pribadi tentunya memiliki nilai ekonomi yang berarti. Berbagai perusahaan dan bisnis mengumpulkan dan menggunakan data-data tersebut untuk kepentingan seperti target promosi. Aset data tersebut juga dapat diperjualbelikan kepada pihak bisnis lainnya. Tidak heran

apabila isu mengenai perlindungan data pribadi menjadi semakin hangat.

Dalam penggunaan media sosial, pengguna secara sadar dan tak sadar terkadang dapat membagi informasi pribadi melalui konten. Pengguna lain pun bahkan dapat membagikan informasi pribadi dari pengguna atau individu lain baik secara sengaja, tidak sengaja, ataupun dengan tujuan buruk. Di dalam media sosial, isu privasi menjadi tanggung jawab bagi pengguna dan layanan untuk mematuhi pada dasar-dasar dan mekanisme keamanan di dalam layanan media sosial yang digunakan. Literasi teknologi yang rendah, juga dapat menyebabkan pengguna untuk membagikan informasi yang sensitif seperti lokasi tempat tinggal, informasi kartu kredit, dan informasi lainnya yang dapat disalahgunakan. Pengguna dituntut untuk bijak dalam memilih informasi yang layak dibagikan di dalam media sosial. Di sisi lain, sisi keamanan dari media sosial yang kuat juga dibutuhkan untuk mencegah akses informasi pribadi. Berbagai metode seperti otentifikasi, keamanan password, dan fitur keamanan akun lainnya dapat diterapkan untuk mempersulit akses akun pribadi dari pihak yang tidak diinginkan.

Dalam penggunaan layanan pesan singkat, terdapat kekhawatiran bahwa pesan yang dikirim dapat dikumpulkan atau “didengarkan” oleh pihak lain. Sebagai contoh, metode man in the middle dimana pihak ketiga “mendengarkan” paket data yang ditukarkan antara kedua belah pihak. Tindak kriminal ini tentunya dapat menyebabkan tersebarnya informasi pribadi atau informasi sensitif lain yang dapat disalahgunakan. Teknologi enkripsi dalam pengiriman pesan tentunya dapat diterapkan untuk meminimalisasi intervensi pengiriman informasi oleh pihak ketiga. Sistem pengelolaan data dari pihak pemberi layanan juga dapat membantu mengurangi potensi kebocoran data. Data pesan yang disampaikan tentunya disimpan dalam server dari pemberi layanan, bagaimana pemberi layanan mengelola data yang

tersimpan dapat menjadi kunci dalam mencegah kebocoran data.

2. Isu persebaran informasi

Arus informasi di Internet yang mengalir dengan bebas dan sulit dikontrol memberikan kesempatan bagi manipulasi informasi. Tidak heran apabila berita *hoax* dan informasi yang salah dapat ditemukan dengan mudah di Internet. Demi mencapai keuntungan pribadi atau golongan opini masyarakat dapat digiring dengan mudah menjatuhkan lawan. Terkadang pula disinformasi tersebar walaupun bukan dengan tujuan buruk, namun karena berbagai hal lainnya. Pengguna Internet pun terus dituntut untuk dapat berpikir kritis dalam menanggapi informasi yang didapat dari Internet.

Terdapat berbagai tipe informasi salah yang tersebar di Internet. Pertama, informasi yang difabrikasi, dimana informasi fiktif disebarakan melalui Internet. Kedua, propaganda, dimana informasi disebarakan dengan tujuan untuk menjatuhkan pihak tertentu dan seringkali memiliki kandungan politik. Ketiga, teori konspirasi, dimana konspirasi tanpa bukti digunakan untuk menjelaskan kejadian nyata. Keempat, *hoax*, dimana berita fiktif dipresentasikan sebagai fakta. Kelima, informasi bias atau satu sisi, dimana cerita atau informasi disampaikan hanya oleh salah satu pihak yang terlibat. Berikutnya, rumor, yaitu informasi yang status kebenarannya masih ambigu atau tidak dapat dikonfirmasi. Selanjutnya, *clickbait*, yaitu penggunaan judul berita dan *thumbnail* yang menyesatkan pembaca. Terakhir, berita satir, yaitu berita palsu yang bersifat komedi dan mengandung ironi. Informasi salah ini disebarakan oleh beragam aktor dengan tujuan mereka masing-masing. Dimulai dari aktor-aktor yang memang memiliki tujuan buruk seperti organisasi kriminal atau pengguna yang ingin mengganggu hingga bot atau program yang memang didesain untuk menyebarkan berita palsu. Terkadang informasi salah tersebut juga dapat disebarakan oleh individu yang memang memercayai isi berita tersebut seperti halnya teoritis konspirasi.

3. Isu ketergantungan teknologi

Teknologi informasi modern tidak hanya memberikan dampak sosial, ekonomi, dan edukasi tetapi juga memberikan dampak psikologis kepada pengguna. Dampak psikologis tersebut pada umumnya berupa perubahan perilaku dan kebiasaan. Bahkan terdapat pula istilah baru terkait dengan gangguan kecemasan akibat teknologi informasi. *Nomophobia* adalah gangguan kecemasan yang ditimbulkan oleh hilangnya akses penderita gangguan terhadap perangkat teknologi informasi seperti telepon genggam dan komputer pribadi. Akar dari gangguan ini adalah ketergantungan komunikasi melalui lingkungan virtual. Dapat dikatakan bahwa *nomophobia* merupakan *symptom* dari *social phobia disorder* (SPD). Pasien penderita SPD ini menggunakan media komunikasi virtual untuk menghindari hubungan sosial di dunia nyata. Aktivitas ini digunakan untuk mengurangi rasa kecemasan sosial yang timbul dan mengurangi konflik.

Tentunya tidak semua ketergantungan teknologi informasi terutama Internet berakar dari SPD. Terdapat berbagai faktor lainnya yang dapat menyebabkan ketergantungan akan teknologi informasi. Sebagai contoh, dalam kasus telepon genggam, kemudahan penggunaan dan juga kegunaan yang beragam membuat aktivitas sehari-hari dapat bergantung pada penggunaan perangkat teknologi tersebut. Apalagi terdapat pula berbagai fitur yang memudahkan komunikasi, sehingga terdapat pula faktor inklusi sosial dalam ketergantungan telepon genggam.

Gangguan psikologis umumnya yang umum ditemukan di masa modern terkait penggunaan teknologi komunikasi adalah adiksi media sosial. Adiksi media sosial memiliki hubungan erat dengan ketergantungan terhadap Internet. Adiksi media sosial dapat ditandai dengan perilaku keharusan untuk mengecek hal-hal baru yang ditampilkan di media sosial seperti update status, feed terbaru, atau permintaan pertemanan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk membangun hubungan, presentasi diri, dan distraksi. Adiksi media sosial dapat dikaitkan dengan kesehatan mental dari penderitanya, dimana penderita

memiliki kesehatan mental yang rendah akibat adiksi tersebut. Namun hal sebaliknya juga dapat terjadi dimana adiksi media sosial dapat timbul dari kesehatan mental yang buruk. Kurangnya rasa bahagia dan stress juga dapat menjadi salah pendorong dari adiksi media sosial. Peningkatan kepuasan hidup dan juga peningkatan rasa percaya diri digadang menjadi salah satu cara untuk mengatasi adiksi media sosial.

10.8 Perkembangan Masa Depan Teknologi Komunikasi

Teknologi komunikasi merupakan salah satu teknologi manusia yang berkembang dengan pesat. Di masa depan pun teknologi komunikasi diproyeksi untuk terus berkembang. Bentuk-bentuk potensi perkembangan ini pun sudah dapat dilihat di masa sekarang. Sebagai contoh, konsep Internet of things dimana perangkat sehari-hari memiliki fungsi integrasi dengan Internet tentunya masih dapat dikembangkan. Keragaman fitur dan data yang dapat digunakan dari konsep tersebut dapat memicu perkembangan otomatisasi dari berbagai kegiatan dimulai dari manajemen sehari-hari seperti penggunaan listrik dan air, proses produksi agrikultur, dan pengawasan kondisi kesehatan manusia. Pengembangan dari kecepatan dan kapasitas jaringan Internet juga tentunya diperlukan untuk pengembangan teknologi komunikasi yang lebih canggih dan inovatif. Selain itu, pengembangan artificial intelligence dapat membantu atau menjembatani interaksi antara manusia dan mesin untuk kemudahan penggunaan. Berikut beberapa potensi perkembangan teknologi komunikasi di masa depan.

1. *Internet of Things (IoT)*

Pengembangan teknologi IoT bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia dan efisiensi sistem. Melalui teknologi IoT, otomatisasi berbagai proses dapat dilakukan seperti mengontrol penggunaan air dalam pertanian, pembayaran tanpa kas, dan berbagai hal lainnya. Otomatisasi ini dapat dicapai dengan menggunakan teknologi sensor yang akan mendeteksi kondisi lingkungan dimana teknologi tersebut digunakan. Dengan mendeteksi lingkungannya teknologi yang

memanfaatkan IoT dapat melakukan analisa terhadap data lingkungan yang didapat dan bereaksi terhadap kondisi tersebut. Hal ini juga berguna dalam teknologi yang berfungsi untuk mengawasi seperti teknologi pengawasan kesehatan, pengawasan kondisi kendaraan, ataupun pengawasan kondisi penting lainnya. Maka dari itu tidak heran bahwa teknologi IoT sudah dan diterapkan dalam berbagai bidang dan skala, mulai dari penggunaan pribadi, industri, hingga perkotaan.

Perkembangan teknologi IoT mengarah kepada pengembangan perangkat keras dan rute komunikasi yang digunakan . Pengembangan teknologi perangkat keras seperti sensor ini, bertujuan untuk meningkatkan akurasi dari data yang dikumpulkan. Pengembangan sensor, merupakan hal penting mengingat bahwa kesalahan pengumpulan data dapat berdampak buruk atau bahkan fatal dalam beberapa penerapan seperti dalam bidang kesehatan dan transportasi. Rute komunikasi melalui Internet yang lebih efektif dan efisien juga penting karena analisa data dilakukan dengan mengunggah data yang dikumpulkan ke Internet. Rute komunikasi yang efisien dapat membantu meningkatkan kecepatan respon dari perangkat yang menggunakan teknologi IoT.

2. Teknologi 6G dan pengembangan sistem komunikasi nirkabel
Perangkat teknologi modern sudah memanfaatkan berbagai teknologi komunikasi nirkabel. Perangkat yang memanfaatkan teknologi IoT merupakan contoh pemanfaatan dari teknologi komunikasi nirkabel. Perkembangan teknologi komunikasi yang cepat menuntut pula berkembangnya sistem komunikasi yang lebih cepat dan efektif untuk mendukung penggunaan teknologi tersebut. Kebutuhan akan sistem komunikasi yang lebih cepat, efektif, dan efisien tentunya didorong oleh berbagai perubahan gaya hidup yang disebabkan perkembangan teknologi komunikasi. Perubahan gaya hidup tersebut diantaranya adalah preferensi komunikasi melalui video yang meningkat sehingga isu kualitas gambar dan konektivitas menjadi penting. Perubahan lainnya adalah interkonektivitas dari berbagai hal dan perangkat yang digunakan dalam

kehidupan sehari-hari. Terakhir, semakin banyaknya perangkat yang membutuhkan transmisi informasi yang cepat dan tepat secara *real time*.

Sistem komunikasi 6G merupakan sistem komunikasi nirkabel generasi ke-6 yang akan menggantikan sistem komunikasi nirkabel 5G atau generasi ke-5 yang umum digunakan di masa sekarang. Sistem komunikasi 6G akan memiliki kecepatan dan efisiensi yang jauh lebih baik dan dapat menyokong pengembangan teknologi yang memanfaatkan interkoneksi dengan Internet dan antar perangkat dengan lebih baik. Pengembangan teknologi seperti virtual dan *augmented reality*, pengawasan kesehatan secara real-time, otomatisasi transportasi, otomatisasi industri, serta infrastruktur pintar lainnya dapat berkembang lebih jauh dengan memanfaatkan sistem 6G.

3. Teknologi kecerdasan buatan (*artificial intelligence/AI*)

Teknologi kecerdasan buatan (AI) merupakan teknologi yang memungkinkan komunikasi antara manusia dan mesin. Teknologi kecerdasan buatan bertujuan untuk melakukan reka ulang dari akal manusia di dalam mesin dan untuk menciptakan teknologi yang memungkinkan mesin untuk melakukan aktivitas yang selama ini dikaitkan dengan akal manusia. Penggunaan AI dalam konteks komunikasi bertujuan untuk melakukan tugas tertentu yang berkaitan dengan proses komunikasi. Paradigma komunikasi antara manusia-mesin ini tentunya berbeda dengan paradigma komunikasi manusia-manusia yang ada di dalam ilmu komunikasi.



Gambar 10.7. Contoh komunikasi antara manusia-mesin yang terjadi di dalam asisten virtual Chat-GPT

Penerapan teknologi kecerdasan buatan dalam komunikasi sendiri dapat ditemukan dalam berbagai aspek kehidupan modern. Penerapan seperti koreksi penulisan, prediksi penulisan, dan koreksi otomatis merupakan beberapa penerapan dari AI dalam komunikasi. Penerapan AI juga dapat ditemukan dalam sistem balasan otomatis yang umum digunakan pada aplikasi modern dan metode komunikasi modern seperti surel . Pengembangan dan studi dari teknologi ini masih terbuka dengan lebar. Dalam konteks komunikasi, bentuk komunikasi yang dilakukan oleh AI dapat dikembangkan untuk menciptakan pesan yang lebih personal dan bersifat lebih “manusia”. Dalam konteks keilmuan studi mengenai komunikasi antara manusia-mesin masih dapat ditelaah lebih lanjut, seperti bagaimana persepsi manusia atas komunikasi yang terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Acquisti, A., Taylor, C., & Wagman, L. (2016). The Economics of Privacy. *Journal of Economic Literature*, 54(2), 442–492. <https://doi.org/10.1257/jel.54.2.442>
- Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 215–222. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0134>
- Akram, W., & Kumar, R. (2017). A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society. *International Journal of Komputer Sciences and Engineering*, 5(10), 351–354. <https://doi.org/10.26438/ijcse/v5i10.351354>
- Akyildiz, I. F., Kak, A., & Nie, S. (2020). 6G and Beyond: The Future of Wireless Communications Systems. *IEEE Access*, 8, 133995–134030. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.3010896>
- Albulayhi, M. S., & Khediri, S. El. (2022). A Comprehensive Study on Privacy and Security on Social Media. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (IJIM)*, 16(01), 4–21. <https://doi.org/10.3991/ijim.v16i01.27761>
- Alo, U. R., & Henry Firday, N. (2013). Voice over Internet Protocol (VOIP): Overview, Direction And Challenges. *Journal of Information Engineering and Applications*, 3(4). www.iiste.org
- Bayer, J. B., Triêu, P., & Ellison, N. B. (2020). Social Media Elements, Ecologies, and Effects. *Annual Review of Psychology*, 71(1), 471–497. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010419-050944>
- Bele, S. B., Chonde, A. L., & Jawanjal, S. S. (2023). Mobile Broadband Networking. *International Research Journal of Innovations in Engineering and Technology (IRJIET)*, 7(10).
- Berger, J., & Iyengar, R. (2013). Communication Channels and Word of Mouth: How the Medium Shapes the Message. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 567–579. <https://doi.org/10.1086/671345>

- Church, K., & de Oliveira, R. (2013). What's up with whatsapp? *Proceedings of the 15th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services*, 352–361. <https://doi.org/10.1145/2493190.2493225>
- Clark, J. L., Algoe, S. B., & Green, M. C. (2018). Social Network Sites and Well-Being: The Role of Social Connection. *Current Directions in Psychological Science*, 27(1), 32–37. <https://doi.org/10.1177/0963721417730833>
- Davis, A. S., Leas, P. A., & Dobelman, J. A. (2009). Did You Get My E-mail? An Exploratory Look at Intercultural Business Communication by E-mail. *Multinational Business Review*, 17(1), 73–98. <https://doi.org/10.1108/1525383X200900004>
- Drnevich, P. L., & Croson, D. C. (2013). Information Technology and Business-Level Strategy: Toward an Integrated Theoretical Perspective. *MIS Quarterly*, 37(2), 483–509.
- Duan, P. (2020). The Rise, Concept and Manifestations of Media Convergence. In *Media Convergence and the Development Strategies of Radio and Television in China* (pp. 1–47). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-33-4149-4_1
- Ghavifekr, S., & Rosdy, W. A. W. (2015). Teaching and learning with technology: Effectiveness of ICT integration in schools. *International Journal of Research in Education and Science (IJRES)*, 1(2), 175–191. www.ijres.net
- Golden, P., Dedieu, H., & Jacobsen, K. S. (2008). *Implementation and Applications of DSL Technology*. Auerbach Publications.
- Guzman, A. L., & Lewis, S. C. (2020). Artificial intelligence and communication: A Human–Machine Communication research agenda. *New Media & Society*, 22(1), 70–86. <https://doi.org/10.1177/1461444819858691>
- Hancock, J. T., Naaman, M., & Levy, K. (2020). AI-Mediated Communication: Definition, Research Agenda, and Ethical Considerations. *Journal of Komputer-Mediated Communication*, 25(1), 89–100. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz022>

- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., & Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(1). <https://doi.org/10.5817/CP2019-1-4>
- Hutchby, I. (2001). *Conversation and Technology: From The Telephone to The Internet*. Polity Press.
- Jeyalakshmi, V. (2023). *Internet of Things: An Easy Hands-On Approach*. I.K. International Publishing House Pvt. Limited.
- King, A. L. S., Valença, A. M., Silva, A. C. O., Baczynski, T., Carvalho, M. R., & Nardi, A. E. (2013). Nomophobia: Dependency on virtual environments or social phobia? *Komputers in Human Behavior*, 29(1), 140–144. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.025>
- Kota, S. L., Pahlavan, K., & Leppanen, P. (2004). *BROADBAND SATELLITE COMMUNICATIONS FOR INTERNET ACCESS*. Springer Science+Business Media .
- Laghari, A. A., Wu, K., Laghari, R. A., Ali, M., & Khan, A. A. (2022). A Review and State of Art of Internet of Things (IoT). *Archives of Computational Methods in Engineering*, 29(3), 1395–1413. <https://doi.org/10.1007/s11831-021-09622-6>
- Li, Y., & Liu, Q. (2021). A comprehensive review study of cyber-attacks and cyber security; Emerging trends and recent developments. *Energy Reports*, 7, 8176–8186. <https://doi.org/10.1016/j.egy.2021.08.126>
- Livingstone, S. (2012). Critical reflections on the benefits of ICT in education. *Oxford Review of Education*, 38(1), 9–24. <https://doi.org/10.1080/03054985.2011.577938>
- Longstreet, P., & Brooks, S. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology in Society*, 50, 73–77. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.05.003>
- Mckinsey & Company. (2024, June 7). *What is social media?* Mckinsey & Company.
- Moustafa, A. A., Bello, A., & Maurushat, A. (2021). The Role of User Behaviour in Improving Cyber Security Management. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.561011>

- Nižetić, S., Šolić, P., López-de-Ipiña González-de-Artaza, D., & Patrono, L. (2020). Internet of Things (IoT): Opportunities, issues and challenges towards a smart and sustainable future. *Journal of Cleaner Production*, 274, 122877. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122877>
- Park, N., Kim, Y.-C., Shon, H. Y., & Shim, H. (2013). Factors influencing smartphone use and dependency in South Korea. *Komputers in Human Behavior*, 29(4), 1763–1770. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.008>
- Patrikakis, C., Papaoulakis, N., Stefanoudaki, C., & Nunes, M. (2010). *Streaming Content Wars: Download and Play Strikes Back* (pp. 218–226). https://doi.org/10.1007/978-3-642-12630-7_26
- Perumal, V. R., & Abu Bakar, A. (2011). THE NEEDS FOR STANDARDIZATION OF DOCUMENT TOWARDS AN EFFICIENT COMMUNICATION IN THE CONSTRUCTION INDUSTRY. *World Applied Sciences Journal*, 13(9).
- Pradhan, R. P., Mallik, G., & Bagchi, T. P. (2018). Information communication technology (ICT) infrastructure and economic growth: A causality evinced by cross-country panel data. *IIMB Management Review*, 30(1), 91–103. <https://doi.org/10.1016/j.iimb.2018.01.001>
- Rajput, H. (2015). USE OF SMARTPHONE-BASED MESSAGING APPLICATIONS: AN EXTENDED THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR APPROACH. *Abhigyan*, 23(3). <http://www.internetlivestats>.
- Sančanin, B. (2018). The impact of media convergence on the development of integrated corporate communication in tourism. *Bizinfo Blace*, 9(2), 81–102. <https://doi.org/10.5937/bizinfo1802081s>
- Senior, M. J. (2009). *Optical Fiber Communications: Principles and Practice* (3rd ed.). Pearson Hall.
- Singh, H. P., Singh, S., Singh, J., & Khan, S. A. (2014). VoIP: State of art for global connectivity—A critical review. *Journal of Network and Komputer Applications*, 37, 365–379. <https://doi.org/10.1016/j.jnca.2013.02.026>
- Smit, M. C., Bond-Barnard, T. J., Steyn, H., & Fabris-Rotelli, I. (2017). Email communication in project management: A bane or a

- blessing? *SA Journal of Information Management*, 19(1).
<https://doi.org/10.4102/sajim.v19i1.826>
- Strupczewski, G. (2021). Defining cyber risk. *Safety Science*, 135, 105143. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.105143>
- Tataria, H., Shafi, M., Molisch, A. F., Dohler, M., Sjolund, H., & Tufvesson, F. (2021). 6G Wireless Systems: Vision, Requirements, Challenges, Insights, and Opportunities. *Proceedings of the IEEE*, 109(7), 1166–1199. <https://doi.org/10.1109/JPROC.2021.3061701>
- Ujene, A. O., & Edike, U. E. (2015). Effectiveness of Written, Verbal and Nonverbal Communications: Perceptive X-Ray of Construction Internal Stakeholders in Developing Countries. *International Journal of Architecture, Engineering and Construction*, 4(1). <https://doi.org/10.7492/ijaec.2015.005>
- Volmar, A., Maskatova, O., & Distelmeyer, J. (2013). *Video Conferencing: Infrastructures, Practices, Aesthetics*. Majuskel Medienproduktion GmbH.
- Wang, B., Liu, Y., & Parker, S. K. (2020). How Does the Use of Information Communication Technology Affect Individuals? A Work Design Perspective. *Academy of Management Annals*, 14(2), 695–725. <https://doi.org/10.5465/annals.2018.0127>
- Wastiau, P., Blamire, R., Kearney, C., Quittre, V., Van de Gaer, E., & Monseur, C. (2013). The Use of ICT in Education: A survey of schools in Europe. *European Journal of Education*, 48(1), 11–27. <https://doi.org/10.1111/ejed.12020>
- What is live streaming? | How live streaming works*. (2024, May 31). Cloudflare.
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). international-journal-of-management-science-and-business-administration ISSN 1849-5419 (print). *International Journal of Management Science And Business Administration*, 1(5), 69–80. <http://researchleap.com/category/>
- Zannettou, S., Sirivianos, M., Blackburn, J., & Kourtellis, N. (2019). The Web of False Information. *Journal of Data and Information Quality*, 11(3), 1–37. <https://doi.org/10.1145/3309699>

BIODATA PENULIS



Riskha Dora Candra Dewi, S.Sos., M.H.Kes., M.K.M.

Dosen Program Studi Promosi Kesehatan
Politeknik Negeri Jember

Perempuan kelahiran Bantul, 1989 ini memulai karirnya sebagai Humas di UNY (Museum Pendidikan Indonesia) kemudian sebagai Area Sales Manager PT BPR BDE pada tahun 2014-2016, kemudian dilanjutkan sebagai Manager Riset and Development Larissa Aesthetic Center tahun 2016-2019. Dan sejak tahun 2019-sekarang tengah menjadi dosen sekaligus kepala Laboratorium Fotografi, Videografi dan Film dan Bengkel Produksi Media di kampus Politeknik Negeri Jember.

Penulis pada tahun 2008 telah dinyatakan lulus dari prodi Ilmu Komunikasi dengan sandang Serjana Sosial dan Politik oleh Universitas Sebelas Maret Surakarta, kemudian lulus sebagai mahasiswi magister Hukum Kesehatan pada tahun 2014 di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta dengan sandang Magister Hukum Kesehatan dan kemudian mengulangi studi S2 di kampus Universitas Padjajaran Bandung pada prodi Kesehatan Masyarakat pada tahun 2022 dengan sandang Magister Kesehatan Masyarakat.

Penulis juga telah mengambil berbagai sertifikasi yang relevan, antara lain sertifikasi Public Speaking dan Public Relation yang telah tersertifikasi BNSP, yang menunjukkan kompetensinya dalam bidang komunikasi dan hubungan masyarakat.

BIODATA PENULIS



Dr. Ismaya, S.I.P., M.IP.

Dosen Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Muhammadiyah Enrekang

Penulis lahir di Sinjai tanggal 22 Juli 1983. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Enrekang. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Ilmu Perpustakaan dan melanjutkan S2 pada Jurusan Perpustakaan dan Informasi Islam, selanjutnya menyelesaikan S3 pada Jurusan Dakwah dan Komunikasi. Pendidikan S1, S2 dan S3 penulis selesaikan pada UIN Alauddin Makassar.

Selain sebagai Dosen, penulis juga tercatat sebagai Anggota sekaligus sebagai Asesor BAN PDM (Paud, Dikdas dan Menengah) Provinsi Sulawesi Selatan.

Penulis telah menghasilkan banyak tulisan. Baik berupa artikel ilmiah, Buku Ajar, Buku Referensi, dan Book Chapter. Selain itu, penulis juga aktif dalam publikasi pada berbagai media massa cetak maupun online.

BIODATA PENULIS



Dr. Damayanti Masduki, S.Sos., M.Si.

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Penulis adalah dosen tetap pada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, program studi Ilmu Komunikasi, sebelumnya pernah bekerja di beberapa media, seperti: Majalah Ekonomi SWA Sembada, Info Bisnis, Tabloid berita hukum dan politik ADIL, Majalah kesehatan Nirmala, dan PT Tempo Inti Media Penerbit Koran Tempo. Buku yang pernah diterbitkan diantaranya Media Relation dalam Public Relations, kompilasi hasil penelitian Media Massa di Era 4,0, beberapa book chapter terkait Ilmu Komunikasi, terakhir menulis buku Manajemen Perubahan Organisasi. Sebelumnya penulis menerbitkan buku Bersama teman-teman dosen di UPNVJ berjudul Dinamika Komunikasi: Sejarah, Teori, dan Aplikasi pada Fenomena Masa Kini, sebelumnya penulis juga pernah menerbitkan buku Pengalaman Pemilih Pemula di Belantara Informasi Pilpres 2019. Penelitian yang pernah dilakukan berkisar kajian media dan organisasi pada Ilmu Komunikasi.

BIODATA PENULIS



Dr. Yogi Muhammad Yusuf, S.I.Kom., M.Pd

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pasundan

Penulis lahir di Bandung tanggal 12 Oktober 1985. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pasundan. Menyelesaikan pendidikan S1 hingga S3 pada Jurusan Ilmu Komunikasi FIKOM Universitas Padjadjaran. Penulis memiliki latar belakang Kajian Media dan Praktisi Fotografi.

Penulis juga menyelesaikan program doktoral dengan menghasilkan disertasi yang berjudul “Komunikasi Dakwah “SHIFT” (Studi Etnografi Komunikasi Pada Komunitas Pemuda Hijrah “SHIFT” di Kota Bandung) beserta artikel-artikel jurnal ilmiah mengenai komunikasi media dan agama.

BIODATA PENULIS



Dr. Charisma Asri Fitrananda, M.I.Kom

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pasundan

Penulis lahir di Bandung tanggal 27 Mei 1989. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pasundan. Menyelesaikan pendidikan S1 hingga S3 pada Jurusan Ilmu Komunikasi FIKOM Universitas Padjadjaran. Penulis memiliki latar belakang jurnalistik dan menjadi wartawan di media cetak Harian Umum Pikiran Rakyat pada tahun 2012.

Penulis juga menyelesaikan program doctoral dengan menghasilkan disertasi yang berjudul “Komunikasi *Social Marketing* Hayvee Bagi Generasi Milenial (Studi Kasus Mengenai Komunikasi Hiv/Aids Berbasis Digital Bagi Generasi Milenial Melalui Akun Sosial Media *Hayveeid*) beserta artikel-artikel jurnal ilmiah mengenai komunikasi kesehatan.

BIODATA PENULIS

Syahdan, S.I.P., M.I.P.

Dosen Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Muhammadiyah Enrekang

Penulis lahir di Padang tanggal 19 Januari 1991. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Enrekang. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Ilmu Perpustakaan dan melanjutkan S2 pada Jurusan Perpustakaan dan Informasi Islam. Penulis menekuni bidang Menulis.

BIODATA PENULIS



Dr. M. Fikri Akbar, S.I.Kom, M.Si, MM.

Dosen Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai

Penulis lahir di Bandar Lampung tanggal 30 Mei 1987. Penulis adalah seorang dosen pada Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Selanjutnya penulis melanjutkan S2 pada Jurusan Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor. Kemudian penulis mengambil kembali S2 pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai. Penulis menyelesaikan S3 pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran. Penulis menekuni bidang Penelitian mengenai komunikasi pembangunan, manajemen komunikasi, publik relation dan komunikasi digital. Penulis juga aktif melakukan pengabdian kepada masyarakat dalam bidang komunikasi dan mitigasi bencana di Provinsi Lampung.

BIODATA PENULIS



Dr. Mohamad Syahriar Sugandi, S.E., M.I.Kom.

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial
Telkom University

Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Telkom University. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Universitas Parahyangan. Selanjutnya pendidikan S2 dan S3 pada Jurusan Ilmu Komunikasi FIKOM Universitas Padjadjaran. Penulis memiliki pengalaman sebagai praktisi di bidang perbankan, retail, media, dan pemberdayaan masyarakat. Penulis pernah bertugas sebagai sekretaris program studi, kepala satuan audit internal, dan kepala humas di Telkom University. Penulis saat ini menekuni kajian mengenai komunikasi kesehatan, modal sosial, dan media baru.

BIODATA PENULIS



Sri hartati

Penulis lahir di Sumedang, 122 Agustus 1969. Sekolah Dasar Negeri Cilukuk I Tamat Tahun 1982 di Sumedang. Melanjutkan Sekolah Menengah Pertama Negeri Tanjungsari Tamat Tahun 1985 di Medan. Selanjutnya Sekolah Menengah Atas Negeri Tanjungsari Tamat Tahun 1985. Selanjutnya Masuk Fakultas manajemen Komunikasi Bisnis IKOPIN University Tahun 1988 dan Lulus Tahun 1992. Melanjutkan Pasca Sarjana Universitas Padjadjaran Magister Ilmu Ekonomi . Tahun 2019 meneruskan Studi Doktor di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjdjaran dan Lulus Tahun 2022. Saat ini Penulis seorang Dosen di Sekolah Bisnis dan Manajemen Institut Teknologi Bandung. Penulis aktif menulis di beberapa jurnal International maupun jurnal nasiona, aktif melakukan kegiatan penelitian dan pengabdian pada masyarakat .